

ADULTS COLORING BOOK SEBAGAI TREND PERBUKUAN DI INDONESIA



Oleh:

Satria Adji Putusetia

1011971024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

ADULTS COLORING BOOK SEBAGAI TRENT PERBUKUAN DI INDONESIA



Oleh:

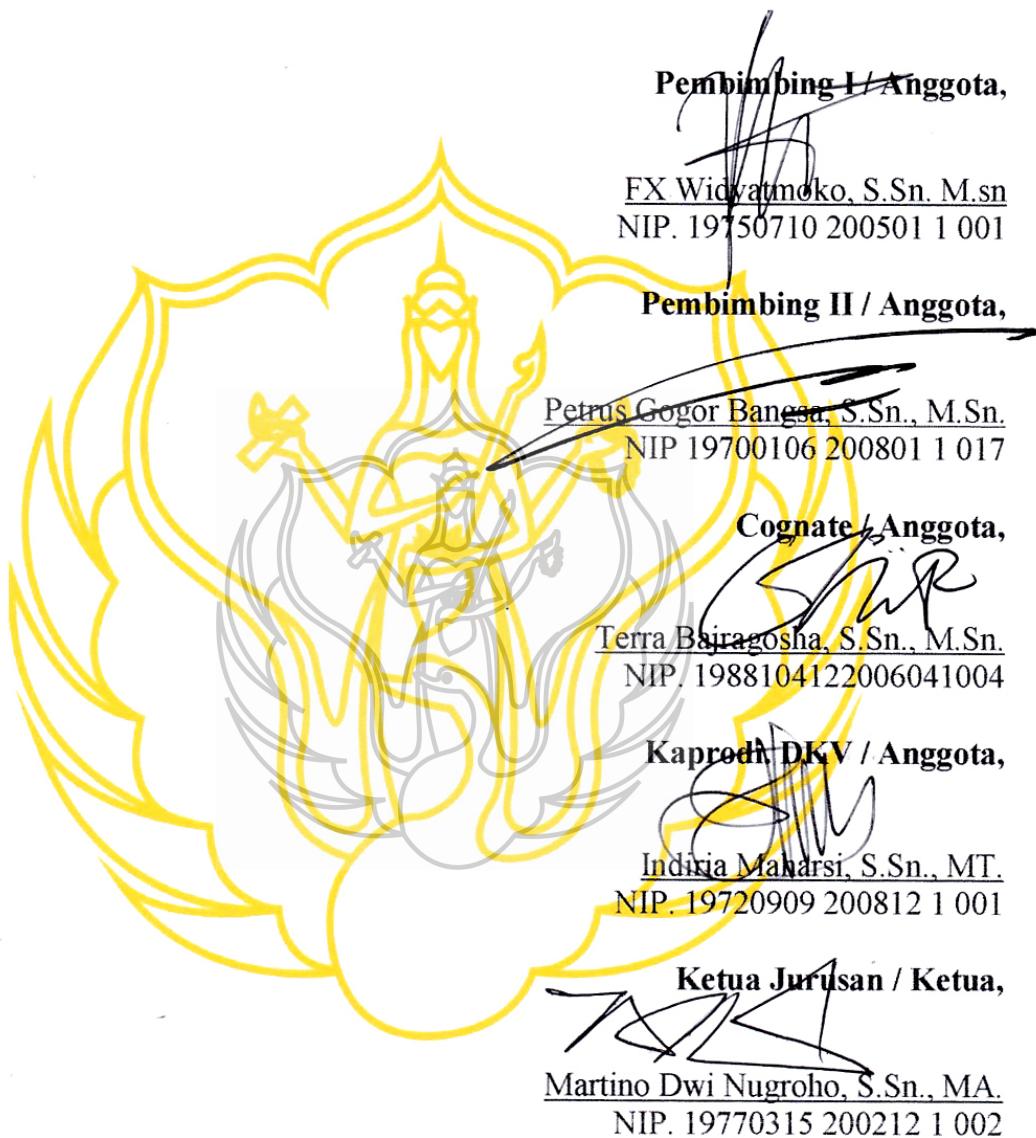
Satria Adji Putusetia

1011971024

**Tugas Akhir Ini Diajukan Kepada
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Bidang Desain Komunikasi Visual
2017**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

ADULTS COLORING BOOK SEBAGAI TREND PERBUKUAN DI INDONESIA, diajukan oleh Satria Adji Putussetia, NIM 1011971024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 5 April 2017 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.



KATA PENGANTAR

Karya tugas akhir ini disusun sebagai bukti dari proses belajar yang penulis tempuh di program studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2010, dan juga sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana dari program studi tersebut.

Karya tugas akhir ini—meskipun masih jauh untuk bisa disebut layak, apalagi baik—merupakan usaha sungguh-sungguh penulis dalam meneliti *adults coloring book* sebagai tren perbukuan di Indonesia. Penelitian yang pada awalnya hanya dilakukan karena rasa ingin tahu ini dalam perjalannya telah memberikan banyak perspektif kepada penulis untuk melihat fenomena tren, dan telah sedikit-banyak memberi perubahan pada diri penulis, baik sebagai desainer komunikasi visual maupun sebagai individu.

Dengan ini penulis berharap karya tugas akhir ini bermanfaat bagi siapapun yang menekuni bidang desain komunikasi visual, dan dapat memberi sumbangan pengetahuan untuk kepentingan praktik maupun penelitian desain.

Yogyakarta, 5 April 2017

Satria Adji Putusetia

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas terselesaikannya Tugas Akhir ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., Selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., MT., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual periode tahun 2017.
4. Bapak FX. “Koskow” Widyatmoko selaku Dosen Pembimbing I atas segala bantuan, bimbingan, inspirasi, dan motivasi sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II atas segala bantuan, bimbingan, inspirasi, dan motivasi sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Prayanto W.H, Drs., M.Sn., M.T., selaku Dosen Wali. Atas bimbingan dan dorongan semangatnya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan
7. Semua Ibu dan Bapak Dosen Desain Komunikasi Visual dan staf. Atas semua ajaran ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang sangat berguna bagi perancangan karya Tugas Akhir.
8. Kedua Orang Tuaku Yatin Suwarno dan Supartiah atas kasih sayang, didikan dan dorongan semangatnya yang tak terhingga.
9. Adikku, Arya Seta Bagaswara.
10. Kawan-kawan Kontrakan Druwo; Arief Rachman, Basilius Pris Januar Puspito, Bayu Demas, Bilal Abiyasha, Dianata Negara, Donny Utman Kurniawan, dan Yerikho Naektua Purba atas semua bantuannya. Serta Teman-teman DKV angkatan 2010, 2011, 2012, 2013, dan seluruh pihak yang telah membantu dan belum mungkin untuk disebutkan satu-persatu.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

ADULTS COLORING BOOK SEBAGAI TREND PERBUKUAN DI INDONESIA, Karya pengkajian ini dibuat untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, karya ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran saya dan sejauh yang saya ketahui belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun baik di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasi sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.



Yogyakarta, 5 April 2017

Satria Adji Putusetia
NIM.1011971024

ABSTRAK

Judul: Adults Coloring Book Sebagai Tren Perbukuan di Indonesia

Oleh: Satria Adji Putusetia

Adults coloring book atau buku mewarnai untuk orang dewasa adalah tren perbukuan yang muncul di Inggris pada tahun 2013 dan mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2015. Sejak awal kedatangannya, tren ini diramaikan oleh penerbit-penerbit lokal di Indonesia yang menerbitkan buku-buku *adult coloring* dengan beragam tema. Tapi baru belangsung selama satu tahun, tren *adults coloring book* di Indonesia pun surut dan kemudian bergeser.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana *adults coloring book* menjadi tren perbukuan di Indonesia, mulai dari awal kemunculannya, perkembangannya di Indonesia, sampai pada pergeseran tren tersebut

Kata kunci : tren, *adults coloring book*, penerbit

ABSTRACT

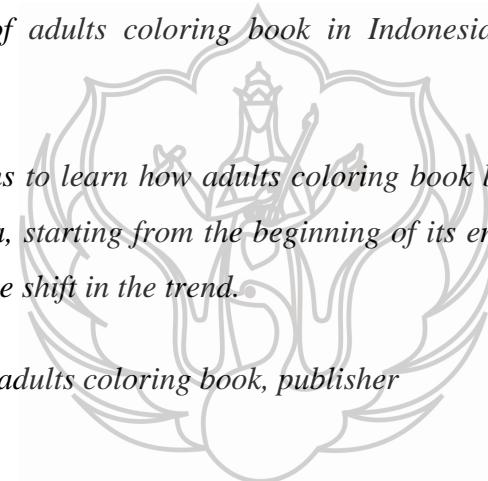
Adults Coloring Book as a Book Publishing Trend in Indonesia

By: Satria Adji Putusetia

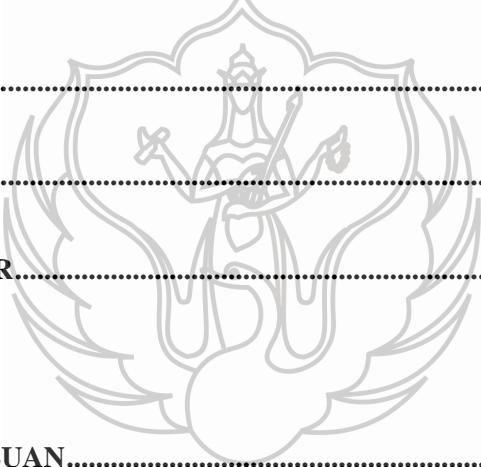
Adults coloring book or coloring book for adults is a book publishing trend that emerged in England in 2013 and entered Indonesia in 2015. Since the beginning of its arrival, the trend is enlivened by local publishers in Indonesia, which publishes adults coloring books with various theme. But only lasted for about one year, the trend of adults coloring book in Indonesia was receding and then shifted.

This research aims to learn how adults coloring book became a book publishing trend in Indonesia, starting from the beginning of its emergence, its development in Indonesia, to the shift in the trend.

Keywords: trend, adults coloring book, publisher



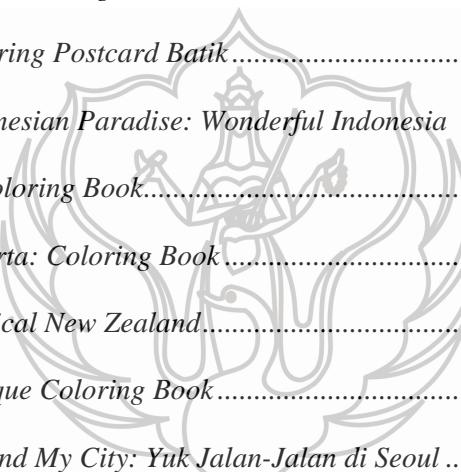
DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| UCAPAN TERIMAKASIH | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
|  | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Batasan Masalah | 5 |
| C. Rumusan Masalah | 7 |
| D. Definisi Operasional | 7 |
| E. Metodologi Penelitian | 8 |
| 1. Penentuan Objek Penelitian | 8 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data..... | 8 |
| F. Tujuan dan Manfaat..... | 9 |
| 1. Tujuan | 9 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Manfaat | 10 |
| a. Manfaat Akademis | 10 |
| b. Manfaat Praktis | 10 |
| G. Studi Kepustakaan..... | 10 |
| | |
| BAB II IDENTIFIKASI DAN LANDASAN TEORI..... | 13 |
| | |
| A. Buku Mewarnai..... | 13 |
| 1. Sejarah buku mewarnai..... | 13 |
| 2. Johanna Basford dan <i>Secret Garden</i> | 21 |
| 3. Tren <i>adults coloring book</i> | 27 |
| 4. Desain <i>adults coloring book</i> | 36 |
| a. Ilustrasi dekoratif ornamental | 37 |
| b. Ukuran | 43 |
| c. Narasi | 45 |
| d. <i>Art Therapy</i> dan <i>Anti-Stress</i> | 47 |
| | |
| B. Sosiologi Desain..... | 49 |
| 1. Desain dan ilmu sosial..... | 54 |
| 2. Tren | 56 |
| a. Tren sebagai virus dan epidemic..... | 57 |
| b. <i>Tipping point</i> | 60 |
| 1). Hukum tentang yang sedikit (<i>the law of the few</i>) | 61 |
| a). <i>Maven</i> | 62 |
| b). <i>Connector</i> | 63 |
| c). <i>Salesmen</i> | 63 |
| 2). Faktor kelekatan (<i>stickiness factor</i>)..... | 65 |

| | |
|---|-----------|
| a). <i>Social currency</i> (mata uang sosial) | 66 |
| b). <i>Trigger</i> (pemicu)..... | 66 |
| c). <i>Emotion</i> (emosi)..... | 67 |
| d). <i>Public</i> (umum) | 67 |
| e). <i>Practical value</i> (nilai praktis) | 67 |
| f). <i>Story</i> (cerita) | 68 |
| 3). Kekuatan konteks (<i>the power of context</i>) | 68 |
| a). Peran lingkungan dalam tren | 69 |
| b). Tren dan gaya hidup | 72 |
| c. Difusi inovasi | 74 |
| d. Penyebaran tren melalui jejaring sosial <i>online</i> | 76 |
| e. Tren desain | 82 |
| 3. Komunikasi sebagai Wacana | 86 |
| a. <i>Signing</i> | 87 |
| b. <i>Framing</i> | 88 |
| c. <i>Priming</i> | 89 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 93 |
| A. Metode Penelitian..... | 93 |
| 1. Lingkungan alamiah (<i>natural setting</i>)..... | 93 |
| 2. Peneliti sebagai instrumen kunci (<i>researcher as key instrument</i>)..... | 94 |
| 3. Beragam sumber data (<i>multiple sources of data</i>) | 94 |
| 4. Analisis data induktif (<i>inductive data analysis</i>) | 95 |
| 5. Makna dari para partisipan (<i>participants' meaning</i>) | 96 |

| | |
|--|------------|
| 6. Rancangan yang berkembang (<i>emergent design</i>) | 96 |
| 7. Perspektif teoritis (<i>theoretical lens</i>) | 97 |
| 8. Bersifat penafsiran (<i>interpretive</i>)..... | 97 |
| 9. Pandangan menyeluruh (<i>holistic account</i>) | 98 |
| B. Populasi dan Sampel..... | 98 |
| 1. Populasi | 98 |
| 2. Sampel | 99 |
| a. <i>Secret Garden: An Inky Treasure Hunt and Colouring Book</i> | 102 |
| b. <i>Coloring Postcard Batik</i> | 109 |
| c. <i>Indonesian Paradise: Wonderful Indonesia & Coloring Book</i> | 114 |
| d. <i>Jakarta: Coloring Book</i> | 122 |
| e. <i>Magical New Zealand</i> | 125 |
| f. <i>Mosque Coloring Book</i> | 128 |
| g. <i>Around My City: Yuk Jalan-Jalan di Seoul</i> | 132 |
| h. <i>Lula Lyfe</i> (seri buku <i>The Urban Outliners</i>) | 136 |
| C. Metode Pengumpulan Data..... | 143 |
| 1. Observasi..... | 144 |
| 2. Wawancara | 145 |
| 3. Dokumentasi | 146 |
| D. Instrumen Penelitian | 147 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 148 |
| 1. Analisis teks | 148 |
| 2. Pendekatan formal | 152 |



| | |
|---|------------|
| 3. Pendekatan analisis wacana | 153 |
| | |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 155 |
| | |
| A. Kemunculan Tren <i>Adults Coloring Book</i>..... | 157 |
| | |
| 1. Peran Johanna Basford sebagai inovator tren | |
| <i>adults coloring book.....</i> | 157 |
| a. Latar belakang ilustrasi dekoratif Johanna Basford | 158 |
| b. Ilustrasi dekoratif dan khalayaknya..... | 162 |
| | |
| 2. Strategi komunikasi dalam pembentukan tren | |
| <i>adults coloring book.....</i> | 164 |
| a. Munculnya istilah ‘ <i>adults coloring book</i> ’ | 165 |
| b. <i>Slogan ‘anti stress’</i> dan ‘ <i>art therapy</i> ’..... | 168 |
| 1). Relaksasi dalam repetisi | 169 |
| 2). Slogan “ <i>Anti-Stress</i> ” dan “ <i>Art-Therapy</i> ” dalam | |
| penyebaran tren <i>adults coloring book</i> | 174 |
| c. Penyebaran tren <i>adults coloring book</i> di internet..... | 175 |
| | |
| B. <i>Adults Coloring Book</i> Sebagai Tren Perbukuan di Indonesia | 178 |
| | |
| 1. Ragam tema <i>adults coloring book</i> terbitan lokal..... | 179 |
| a. <i>Traveling</i> dengan buku <i>adult coloring</i> | 179 |
| b. Ornamen simbolis dalam buku <i>adult coloring</i> | 188 |
| | |
| 2. Pertimbangan bisnis penerbit <i>coloring book</i> | 191 |
| | |
| C. Perluasan Tren <i>Adults Coloring Book</i>..... | 198 |
| | |
| 1. Tren <i>coloring</i> menjadi <i>collecting</i> | 199 |
| 2. Terhentinya tren <i>coloring</i> | 201 |

| | |
|---|------------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 207 |
| A. Kesimpulan | 207 |
| B. Saran | 210 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 212 |
| LAMPIRAN | 216 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 01.01.Sampul depan <i>Secret Garden</i> | 2 |
| Gambar 01.02. Buku-buku mewarnai terbitan lokal..... | 3 |
| Gambar 02.01. Sampul depan <i>The Little FolksPainting Book</i> | 14 |
| Gambar 02.02. Cuplikan halaman <i>The Little Folks</i> | 15 |
| Gambar 02.03. Cuplikan halaman <i>The Little Folks</i> | 17 |
| Gambar 02.04. Sampul depan buku <i>Buster Brown's Painting Book</i> | 18 |
| Gambar 02.05. Johanna Basford | 22 |
| Gambar 02.06. Salah satu karya Johanna Basford..... | 24 |
| Gambar 02.07. Sampul depan buku <i>Secret Garden</i> versi Bahasa Inggris | 26 |
| Gambar 02.08.Rak buku <i>adults coloring book</i> di toko buku Gramedia | 28 |
| Gambar 02.09. Beberapa <i>adults coloring book</i> terbitan penerbit-penerbit Indonesia | 30 |
| Gambar 02.10. Salah satu produk <i>coloring poster</i> | 31 |
| Gambar 02.11. Paket <i>Colouring for Relaxation</i> oleh Faber Castell dan Gramedia..... | 31 |
| Gambar 02.12. Paket buku mewarnai <i>Harry Potter</i> oleh Staedtler dan Gramedia | 32 |

| | |
|---|----|
| Gambar 02.13. Akun Instagram komunitas Tabrak Warna | 33 |
| Gambar 02.14. Kegiatan komunitas Tabrak Warna..... | 34 |
| Gambar 02.15. Obral buku Gramedia di Toko Gramedia Malioboro Mall, Yogyakarta | 35 |
| Gambar 02.16. Buku <i>Bernostalgia dengan Warna</i> yang pada awalnya dijual seharga Rp 60.500 kini diobral oleh Gramedia dengan harga Rp 35.000..... | 35 |
| Gambar 02.17. Beberapa karya kramik ornamental di masa seni dekoratif awal..... | 39 |
| Gambar 02.18. <i>Iznik Dish</i> , piring keramik dengan ornamen <i>floral</i> dari abad ke-16 | 40 |
| Gambar 02.19. Gaya gambar ornamental pada salah satu halaman <i>Secret Garden</i> | 41 |
| Gambar 02.20. Contoh halaman dalam buku <i>Secret Garden</i> | 43 |
| Gambar 02.21. Perbandingan ukuran buku <i>Secret Garden</i> dan <i>Jakarta Coloring Book</i> | 44 |
| Gambar 02.22. Berbagai ukuran <i>adults coloring book</i> | 45 |
| Gambar 02.23. Salah satu halaman buku <i>Mosque Coloring Book</i> | 46 |
| Gambar 02.24. Label-label <i>art therapy</i> dan anti stres di sampul <i>adults coloring book</i> | 49 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 02.25. Kurva difusi inovasi | 76 |
| Gambar 02.26. Wedha dan karya WPAP..... | 83 |
| Gambar 02.27. Lettering karya mahasiswa DKV ISI Yogyakarta, Anwar Hidayat | 84 |
| Gambar 02.28. Buku-buku mewarnai untuk orang dewasa | 85 |
| Gambar 03.01. Situasi sosial (<i>social situation</i>)..... | 99 |
| Gambar 03.02. Jaket buku <i>Secret Garden</i> | 103 |
| Gambar 03.03. Sampul buku <i>Secret Garden</i> | 104 |
| Gambar 03.04. Sampul dalam <i>Secret Garden</i> | 105 |
| Gambar 03.05. Salah satu halaman mewarnai dalam buku <i>Secret Garden</i> | 108 |
| Gambar 03.06. Sampul buku <i>Coloring Postcard Batik</i> | 110 |
| Gambar 03.07. Halaman contoh (bonus) dalam buku <i>Coloring Postcard Batik</i> | 112 |
| Gambar 03.08. Salah satu halaman dalam buku <i>Coloring Postcard Batik</i> | 113 |
| Gambar 03.09. Jaket buku <i>Indonesian Paradise</i> | 115 |
| Gambar 03.10. Sampul buku <i>Indonesian Paradise</i> | 115 |
| Gambar 03.11. Bonus <i>coloring map</i> dalam buku <i>Indonesian Paradise</i> | 117 |
| Gambar 03.12. Sampul buku <i>Jakarta Coloring Book</i> | 122 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 03.013. Halaman dalam buku <i>Jakarta Coloring Book</i> | 124 |
| Gambar 03.14. Sampul buku <i>Magical New Zealand</i> | 126 |
| Gambar 03.15. Halaman pada buku <i>Magical New Zealand</i> | 128 |
| Gambar 03.16. Sampul buku <i>Mosque Coloring Book</i> | 130 |
| Gambar 03.17. Halaman dalam buku <i>Mosque Coloring Book</i> | 131 |
| Gambar 03.18. Sampul buku <i>Around My City</i> | 133 |
| Gambar 03.19. Halaman dalam buku <i>Around My City</i> | 136 |
| Gambar 03.20. Sampul buku <i>Lula Lyfe</i> | 137 |
| Gambar 03.21. Seri buku <i>The Urban Outliners</i> | 139 |
| Gambar 03.22. Halaman dalam buku <i>Lula Lyfe</i> | 141 |
| Gambar 03.23. Halaman dalam buku <i>Lula Lyfe</i> | 142 |
| Gambar 03.24. Pola hubungan masyarakat dan desain (sosiologi desain)..... | 151 |
| Gambar 04.01. Peta analisis tren <i>adults coloring book</i> | 156 |
| Gambar 04.02. Label <i>Art Therapy</i> pada sampul depan buku <i>Indonesian Paradise</i> | 181 |
| Gambar 04.03. Objek suasana (bangunan) dalam buku <i>Jakarta Coloring Book</i> | 182 |
| Gambar 04.04. Objek manusia dalam buku <i>Jakarta Coloring Book</i> | 184 |
| Gambar 04.05. Halaman dalam buku <i>Magical New Zealand</i> | 186 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 04.06. Halaman dalam buku <i>Around My City</i> | 185 |
| Gambar 04.07. Buku <i>Bertualang ke 5 Benua dan Hujan Bulan Juni</i> | 194 |
| Gambar 04.08. Buku-buku <i>adult coloring</i> yang dijual dengan potongan harga di Toko Gramedia Jl.Soedirman, Yogyakarta | 196 |
| Gambar 04.09. Keenam buku yang tergabung dalam seri <i>The Urban Outliners</i> di acara pameran seni rupa, Bazaar Art Jakarta..... | 200 |



BAB I

PENDAHULUAN

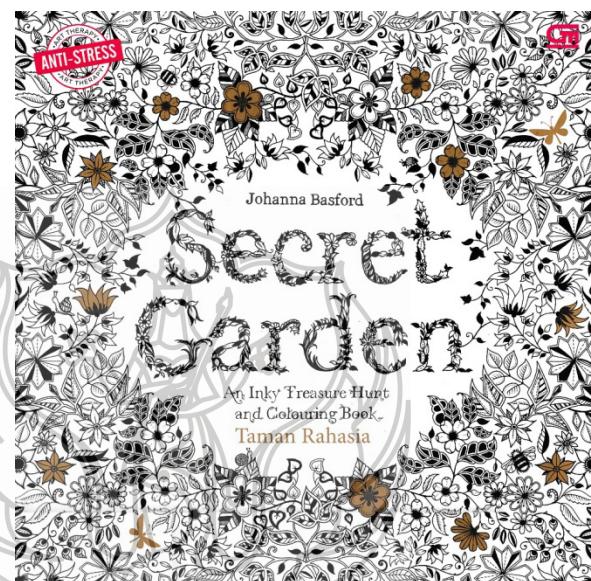
A. Latar Belakang

Pada tahun 2015, toko-toko buku di Indonesia mendadak penuh dengan *Adults Coloring Book* (buku mewarnai untuk orang dewasa). Fenomena ini dimulai dari buku *Secret Garden: An Inky Treasure Hunt and Colouring Book* karya Johanna Basford yang diterjemahkan dan diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama.

Dilansir dari pernyataan Gramedia pada sampul belakang *Secret Garden*, jumlah penjualan buku tersebut sudah melebihi 278.000 copy sampai bulan Januari 2016, dan pada Februari 2016, buku tersebut sudah dicetak ulang sampai enam kali. Sejak awal kemunculannya, *Secret Garden* versi Bahasa Indonesia terus menduduki jajaran tertinggi pada rak buku terlaris di berbagai toko dan *website* perdagangan buku. Tak hanya di Indonesia, di *website* Amazon.com versi bahasa Inggris buku tersebut sudah terjual sebanyak 2 juta copy dan masih menduduki urutan pertama penjualan buku fisik terlaris (Februari 2016). Setelah *Secret Garden*, Basford kemudian menerbitkan dua buku mewarnai lainnya; *The Enchanted Forest* dan *Lost Ocean*.

Tingginya popularitas buku-buku Basford di Indonesia kemudian memicu kemunculan *adults coloring book* yang diterbitkan oleh penerbit-penerbit lokal. Buku-buku lokal tersebut menyuguhkan tema-tema

kelokalan seperti pola ragam hias Bali, pola batik, ilustrasi kota Jakarta, dan berbagai tema kebudayaan Indonesia sebagai aspek pembeda dari buku-buku Basford dan buku *coloring* terjemahan lainnya. Selain itu ada juga buku-buku terbitan lokal yang menggunakan gaya surrealisme atau *naïve art*.



Gambar 01.01.Sampul depan *Secret Garden*
(Sumber: dokumentasi Satria Adji Putusetia)

Di Indonesia penjualan buku-buku *coloring* cukup tinggi, dan setiap bulan selalu ada judul-judul baru yang muncul di toko buku. Penerbit-penerbit lokal pun berpartisipasi dalam perlombaan pasar yang baru ini dengan ikut menerbitkan buku-buku *adult coloring*.



Gambar 01.02.Buku-buku mewarnai terbitan lokal.
(Sumber: dokumentasi Satria Adji Putusetia)

Buku-buku *coloring* lokal tersebut menyuguhkan tema yang berbeda-beda. Misalnya, buku mewarnai *Magical New Zealand* karya Rony Setiyawan dan Anisa Meilasyari. Dalam buku tersebut yang dihadirkan adalah gambar-gambar keindahan alam di Selandia Baru seperti pemandangan bukit, gunung, barisan pohon cemara, dan fauna endemiknya. Selain itu masih ada tema-tema lainnya seperti tema budaya tradisional, kota, batik, dan lain sebagainya.

Ilustrasi dalam *adults coloring book* umumnya memiliki tingkat kerumitan yang tinggi. Hal inilah yang membedakan buku mewarnai untuk orang dewasa dengan buku mewarnai untuk anak-anak. *Adults coloring book* juga kerap menghadirkan objek benda yang dekat dengan keseharian orang dewasa, seperti *handphone*, lipstik, sepatu hak tinggi, perhiasan, tas bahu, dan gelas *wine*.

Kompleksitas gambar *adults coloring book* sedikit banyak merupakan suatu simbol kedewasaan, atau sebuah representasi psikologis

atas rentang usia dewasa yang spesifik. Demikian akhirnya gaya ilustrasi pada *adults coloring book* dengan sengaja menanggalkan kesederhanaan, dan sebagai gantinya, kompleksitas susunan elemen-elemen desain di dalamnya justru menjadi sebuah karakteristik khusus. Kompleksitas visual dalam *adults coloring book* seolah-olah memberi pernyataan bahwa mewarnai buku-buku tersebut bukanlah suatu kegiatan yang kekanak-kanakan karena memiliki tingkat kesulitan yang tinggi.

Mengenai penyebarannya, tren *adults coloring book* lebih sering disebarluaskan melalui jejaring-jajaring sosial *online*, terutama Instagram. Di Instagram, konsumen *adults coloring book* mengunggah hasil “karya” mereka untuk dipertontonkan, sehingga tren *coloring* dapat menyebarluas dengan sangat cepat. Dan karena proses penyebarannya yang sangat cepat, tren *coloring* berhasil mencapai puncaknya pada akhir tahun 2015.

Tetapi, seperti kebanyakan produk tren lainnya, tren *adults coloring book* juga mengalami penyurutan. Penyurutan tren ini dapat diidentifikasi dari berkurangnya jumlah buku *adult coloring* terbitan penerbit lokal, diskon untuk buku-buku tersebut oleh toko-toko buku, diturunkannya buku-buku mewarnai dari rak “buku terlaris” di toko-toko buku *online* maupun *offline*, dan menurunnya jumlah beserta intensitas unggahan kegiatan mewarnai di media sosial oleh masyarakat Indonesia.

Melalui penelitian ini, penulis ingin menegaskan bahwa perjalanan tren *adults coloring book* merupakan sesuatu yang menarik dan layak untuk dipelajari. Karena tren ini telah terbukti dapat mengubah pasar

perbukuan, yang mana juga memberi perubahan pada praktik desain komunikasi visual, khususnya dalam bidang desain buku.

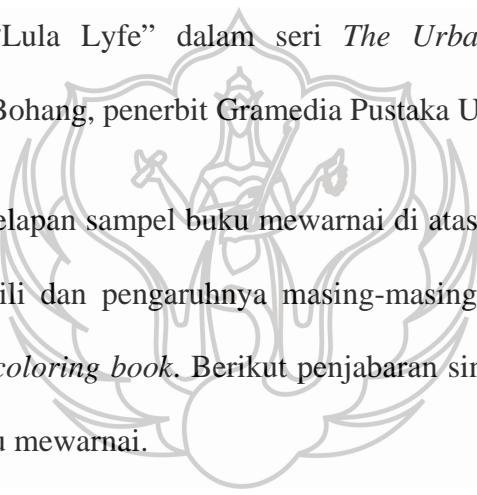
Adults coloring book dapat hadir dan mewabah karena kemampuan manusia yang luar biasa dalam melakukan penyebaran gagasan. Daur hidup tren secara langsung maupun tidak langsung dapat memengaruhi cara manusia menyelenggarakan kehidupan sosial. Karena itu sudut pandang yang memadai dalam melihat peristiwa ini adalah melalui pendekatan sosiologi desain. Dengan sosiologi desain, penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana daur hidup sebuah tren; bagaimana ia hadir, berkembang, dan menghilang.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini berpusat pada tren *Adults Coloring Book* dari tahun 2014 sampai 2016, dengan Indonesia sebagai tempat penelitian, dan batasan objek penelitian melalui sampel buku *coloring* dewasa sebagai berikut:

1. “Secret Garden: An Inky Treasure Hunt and Colouring Book”
karya Johanna Basford, penerbit Gramedia Pustaka Utama
2. “Batik” karya Yulianto Qin, penerbit Gramedia Pustaka Utama
3. “Indonesian Paradise: Wonderful Indonesia & Coloring Book”
karya Fahmi Fauzi, Anang Musa, dan Luthfi Hinelo, penerbit Wahyu Media

4. “Jakarta: Coloring Book” karya Bambi Bambang Gunawan, penerbit Haru Media
5. “Magical New Zealand” karya Rony Setiyawan dan Anisa Meilasyari, penerbit B First
6. “Mosque Coloring Book” karya Ana Alfatih, penerbit Al Aras Publishing
7. “Around My City” karya Yoon Young Cheol dan Ahn Da Yeon, penerbit Gramedia Pustaka Utama
8. “Lula Lyfe” dalam seri *The Urban Outliners* karya Lala Bohang, penerbit Gramedia Pustaka Utama



Kedelapan sampel buku mewarnai di atas dipilih berdasarkan tema yang diwakili dan pengaruhnya masing-masing terhadap perkembangan tren *adults coloring book*. Berikut penjabaran singkat atas masing-masing sampel buku mewarnai.

Secret Garden merupakan *adults coloring book* pertama yang memicu terbitnya buku mewarnai lain oleh penerbit Indonesia, *Batik* mewakili tema ornamen atau ragam hias tradisional Indonesia, *Indonesian Paradise* mewakili tema pariwisata (*tourism*), *Jakarta* mewakili tema lingkungan kota (urban), *Magical New Zealand* mewakili tema pariwisata ke luar negeri yang juga tengah marak di Indonesia, *Mosque Coloring Book* mewakili tema religi Islam, *Around My City* mewakili tema kota (di luar Indonesia) dan perluasan tren *Korean Pop* di Indonesia, dan *Lula Lyfe* yang diterbitkan dalam seri buku *The Urban Outliners* mewakili tema

anak muda perkotaan sekaligus sebagai indikator pergeseran tren buku mewarnai dewasa, dari kegiatan *coloring* menjadi *collecting*.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana *Adults Coloring Book* dapat muncul, menjadi tren perbukuan, dan kemudian mengalami pergeseran?

D. Definisi Operasional

Bruce L. Berg, dikutip oleh Martono (2016:68) mengungkapkan bahwa definisi operasional bertujuan mengonkretkan makna yang dimaksudkan dari sebuah konsep untuk memberikan kriteria dan mengukur keberadaan konsep empiris dalam sebuah studi tertentu. Berikut ini adalah konsep-konsep yang didefinisikan demi kebutuhan operasional dalam penelitian ini:

1. *Adults Coloring Book* didefinisikan sebagai buku mewarnai untuk orang dewasa, berikutnya istilah ‘buku *coloring* dewasa’, ‘buku *coloring*’, dan ‘buku mewarnai dewasa’ merujuk pada pengertian yang sama dengan *adults coloring book*.
2. Tren (*trend*) diartikan sebagai kecenderungan umum, gagasan populer, dan suatu situasi ketika sebuah gagasan menyebar dan diadopsi oleh masyarakat luas.

3. Mengadaptasi dari buku *Tipping Point*, berikutnya istilah ‘virus’, ‘wabah’, dan ‘epidemi’ dalam penelitian ini, digunakan dalam konteks tren, bukan tubuh biologis manusia atau makhluk hidup lainnya.

E. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Martono dalam *Metode Penelitian Sosial* (2016:212), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya menganalisis kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atau interpretasi dalam latar ilmiah.

1. Penentuan Objek Penelitian

Objek penelitian yang dipelajari dalam penelitian ini adalah perjalanan *adults coloring book* sebagai tren perbukuan di Indonesia, yang diteliti melalui sampel-sampelnya, yaitu buku mewarnai “*Secret Garden: An Inky Treasure Hunt and Colouring Book*”, sebagai buku yang diterjemahkan ke bahasa Indonesia dan menjadi pemantik tren mewarnai, “*Mosque Coloring Book*”, “*Jakarta: Coloring Book*”, “*Batik*”, “*Indonesian Paradise: Wonderful Indonesia & Coloring Book*”, “*Magical New Zealand*”, “*Around My City*”, dan “*Lula Lyfe*” sebagai buku-buku

pengikutnya yang dibuat, diterjemahkan, dan diterbitkan oleh penerbit-penerbit lokal.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer menggunakan observasi dan wawancara dengan penerbit, ilustrator, pengguna, dan nonpengguna *adults coloring book*. Pengumpulan data sekunder dari sumber-sumber pustaka terkait tema penelitian, di antaranya melalui buku, jurnal ilmiah, dan artikel, dari surat kabar, internet, maupun televisi.

F. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Mempelajari *adults coloring book* sebagai tren perbukuan di Indonesia melalui perjalanan tren tersebut; Dari kemunculannya, proses penyebarannya, sampai pada penyurutan yang dialaminya. Penelitian ini juga ditujukan sebagai sebuah pertimbangan dalam penciptaan karya desain komunikasi visual oleh desainer dan mahasiswa desain.

2. Manfaat

a. Manfaat Akademis

- 1). Memberikan sumbangan pengetahuan bagi perkembangan disiplin ilmu desain komunikasi visual.
- 2). Menjadi pemicu lahirnya penelitian soal tren dalam lingkup desain komunikasi visual.
- 3). Menyuguhkan wacana kepada para akademisi dan juga masyarakat luas mengenai penyebaran sebuah gagasan, dalam kasus ini produk desain komunikasi visual berupa buku mewarnai.

b. Manfaat Praktis

- 1). Memberi pemahaman kepada masyarakat mengenai penyebaran produk dan gagasan populer.

G. Studi Kepustakaan

1. Buku

- a. *The Tipping Point* karya Malcolm Gladwell yang membahas tentang bagaimana hal-hal kecil dapat membuat perubahan besar. Gladwell menjabarkan setiap fenomena tren secara runtut dan lengkap melalui contoh-contoh kasus produk atau gagasan yang telah berhasil menjadi populer.

b. *Design and the Social Sciences: Making Connections* yang disunting oleh Jorge Frascara, kumpulan esai 24 pembicara pada konferensi *Design and the Social Science* di University of Alberta pada tahun 2002. Esai-esai di dalam buku ini, secara garis besar, membahas relasi ilmu sosial dan desain demi pembentukan koneksi antara produk desain dan manusia. Dalam penelitian ini *Design and the Social Science* digunakan sebagai rujukan utama perihal teori-teori sosiologi desain.

c. *Contagious* karya Jonah Berger yang membahas secara mendalam tentang penyebaran produk dan gagasan yang populer, serta kualifikasi apa yang harus dipenuhi oleh sebuah gagasan agar dapat mewabah. Melalui pelbagai macam studi kasus, Berger menjelaskan secara rinci mengenai enam prinsip penularan sebuah gagasan, atau yang lebih dikenal dengan sebutan “S.T.E.P.P.S”, singkatan dari: *Social Currency, Trigger, Emotion, Public, Practical Value, dan Story*.

d. *Communication Design: Principles, Methods, and Practice* karya Jorge Frascara. Buku ini dijadikan rujukan atas dasar-dasar, kajian-kajian, dan praktik-praktik desain komunikasi.

e. *Nirmana: Elemen-Elemen Seni dan Desain* karya Sadjiman

Ebdì Sanyoto sebagai rujukan kajian formal (bentuk), untuk mengidentifikasi setiap elemen desain, khususnya dalam ilustrasi, yang terdapat pada sampel *adults coloring book* di penelitian ini. Kajian melalui sudut pandang desain elementer memungkinkan penelitian ini untuk memahami relasi antar bentuk dalam desain buku mewarnai.

f. *Komunikasi Sebagai Wacana* karya Ibnu Hamad sebagai

rujukan teori komunikasi sebagai wacana, untuk mempelajari strategi-strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak komunikator (penerbit buku *coloring*) dalam membangun wacana yang kemudian dipublikasikan kepada khalayak.