

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

*Adults coloring book* muncul sebagai tren perbukuan setelah seorang ilustrator asal Skotlandia menerbitkan buku *Secret Garden* pada tahun 2013 di Inggris. Buku ini mendapat banyak ulasan dari berbagai media *online* maupun *offline* setelah diterbitkan di Amerika Serikat dan beberapa negara Eropa. Sebagian besar ulasan tersebut mengungkapkan bahwa kegiatan mewarnai, tidak disangka-sangka, dapat meredam stres. Dan tidak lama setelah itu, secara tiba-tiba, *adults coloring book* pun menjadi sebuah tren di dunia perbukuan. Kemudian pada pertengahan tahun 2015, buku *Secret Garden* diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dan diterbitkan oleh Gramedia Pustaka Utama.

Angka penjualan dan popularitas *Secret Garden* di Indonesia yang cukup tinggi memicu terbitnya buku-buku *adult coloring* lain dari penerbit-penerbit lokal. Setelah itu buku-buku *coloring* ini mendominasi toko-toko buku di berbagai daerah. Pada masa puncak tren ini, ada berbagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh para penerbit *coloring book*, di antaranya dengan membuat paket buku dan alat mewarnai, membentuk komunitas *coloring*, dan mengadakan berbagai macam lomba mewarnai baik secara langsung ataupun panggung jejaring sosial *online*.

Para penerbit berupaya mempertahankan tren *adults coloring book* terutama karena tren ini membantu penjualan. Sedangkan di sisi lain para penerbit ini juga memperkirakan bahwa tren *coloring* tidak akan bertahan selamanya, dan perkiraan itu benar terjadi. Setelah sempat menjadi tren selama lebih dari satu tahun, *adults coloring book* pun mulai ditinggalkan oleh para penggunanya. Beberapa alasan yang penulis dapat melalui wawancara adalah para pengguna ini berhenti mewarnai karena merasa pegal, bosan, dan karena *coloring book* sudah tidak *ngetren*.

Ungkapan pegal di sini mengacu pada kegiatan mewarnai *coloring book* yang secara fisik dirasa cukup melelahkan. Lalu ungkapan ‘bosan’ berkaitan dengan aspek psikologis dari *adults coloring book*, yang memang menuntut penggunanya untuk melakukan hal-hal yang repetitif (berulang-ulang), padahal tidak semua orang cocok dengan aktivitas yang berulang-ulang. Dan yang terakhir, ungkapan ‘karena *coloring book* sudah tidak *ngetren*’ terkait dengan aspek sosial dari tren, bahwa seseorang dapat terpengaruh sebuah gagasan saat gagasan tersebut diadopsi oleh orang banyak. Begitu juga sebaliknya, seseorang dapat meninggalkan sebuah gagasan karena banyak orang yang meninggalkan gagasan tersebut.

Pada akhirnya, *Adults coloring book* sebagai tren perbukuan di Indonesia tidak dapat bertahan lama. Merujuk pada data-data yang sudah penulis paparkan sebelumnya, tren *coloring* hanya berlangsung selama kurang-lebih satu tahun, yakni dari pertengahan tahun 2015 sampai tahun 2016.

Meski tidak benar-benar menghilang, pada kenyataannya tren *adults coloring book* telah menyusut dan bergeser dengan sangat cepat, seperti halnya kedatangan dan penyebarannya yang juga cepat. Dan hal ini terutama disebabkan oleh para penerbit sendiri.

Para penerbit, selain berperan besar dalam penyebarluasan tren *adults coloring book*, juga berperan besar terhadap surut dan beralihnya tren tersebut. Tren buku *coloring* pada akhirnya tak bisa langgeng karena berbagai macam strategi bisnis yang dijalankan penerbit tidak dibarengi dengan analisis konten yang mendalam. Hal ini mungkin terjadi karena pihak penerbit pun tahu bahwa tren *coloring* tidak akan berlangsung lama, atau sebagai ilmu, desain komunikasi visual seringkali belum dipercaya. Sehingga yang terjadi adalah adu cepat menerbitkan buku mewarnai yang hanya berbeda-beda tema tapi masih menggunakan pola pikir yang sama. Pola pikir yang terburu-buru.

Situasi ini mencerminkan posisi desain komunikasi visual di industri buku arus utama, yakni proses desain yang hanya menyoroti kemampuan teknis tanpa membina kesadaran untuk menganalisis. Proses desain semacam ini, jika terus berlangsung, akan menimbulkan pengentalan ideologi, yakni ideologi bahwa desain harus cepat. Sedangkan bukankah lebih bijak jika proses desain dijaga untuk tetap cair? Tetap *luwes*, sehingga mampu mengarungi jeram zaman dengan tenang, tidak panik dan terombang-ambing.

## B. Saran

Dengan ini, jika boleh mengajukan saran, desainer dan penerbit perlu menunda pikiran yang terburu-buru supaya mampu melihat secara menyeluruh dari raut-raut kecil yang seringkali terlewatkan. Dan melalui perjalanan tren *adults coloring book* yang singkat ini, penulis melihat bahwa kebutuhan untuk menganalisis semakin penting, karena; Pertama, untuk menjaga desain komunikasi visual—baik sebagai ilmu maupun praktik profesional—agar tetap terhubung dengan khalayaknya. Dan yang kedua, untuk meningkatkan produktifitas yang tidak hanya efisien, tapi juga efektif dan *sustainable*.

Dan jika ingin menelurkan suatu produk maupun gagasan populer, seorang desainer komunikasi visual—selain mempelajari teknik visualisasi—juga penting untuk belajar mengonstruksi dan mengkomunikasikan wacana, mengenal pemasaran, penjualan, dan belajar untuk mulai membuat karya-karya desain yang dapat mengakar di dalam budaya khalayaknya.

Yang terakhir, terkait dengan proses penelitian ini penulis masih merasa banyak kekurangan, seperti jangkauan penelitian yang kurang luas, pembahasan yang kurang spesifik, dan kedalaman analisis yang sebenarnya masih bisa dipertajam di lain kesempatan. Seperti yang sudah penulis sampaikan di awal, pada bagian Kata Pengantar, bahwa karya tugas akhir pengkajian 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 perjalanannya 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 sosial.

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



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Alfatih, Ana. 2016. *Mosque Coloring Book*. Tangerang: Al Aras Publishing.
- Basford, Johanna. 2015. *Secret Gardern An Inky Treasure Hunt and Colouring Book*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Berger, Jonah. 2015. *Contagious : Rahasia di Balik Produk dan Gagasan yang Populer*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bohang, Lala. 2016. *Lula Lyfe Art Coloring Book to Save You from Literally Doing Nothing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cheol, Yoon Yeong dan Ahn Da Yeon. 2016. *Around My City: Yuk Jalan-Jalan di Seoul*. Jakarta: PT Ramedia Pustaka Utama.
- Creswell, John W. 2015. *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fauzi, Musa, dkk. 2015. *Indonesian Paradis: Wonderful Indonesia & Coloring Book*. Jakarta: Wahyu Media.
- Frascara, Jorge (Ed). 2002. *Design and the Social Science*. London: Taylor & Francis.
- Frascara, Jorge. 2004. *Communication Design : Principles, Methods, and Practice*. New York: Allworth Press.
- Giddens, Anthony. 2009. *Problematika Utama dalam Teori Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gladwell, Malcolm. 2014. *Tipping Point : Bagaimana Hal-Hal Kecil Dapat Menghasilkan Perubahan Besar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Greenway, Kate. 1879. *The Little Folks' Painting Book*. London: Cassel Petter & Galpin.
- Gunawan, Bambi Bambang. 2016. *Jakarta: Coloring Book*. Depok: Haru Media.

- Hakubun, Lejar Daniartana. *Fun Doodle for Healing*. Yogyakarta: Scritto Books Publisher.
- Hamad, Ibnu. 2010. *Komunikasi Sebagai Wacana*. Jakarta: La Tofi Enterprise.
- Iryani, Nurilla. 2015. *365 Ideas of Happiness*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Kardinata, Hanny. 2015. *Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia*. Jakarta: DGI Press.
- Keraf, A. Sonny. 2014. *Filsafat Lingkungan Hidup*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Kohl, Herbert. 1992. *From Arzechetype to Zeitgeist*. Boston: Back Bay Books.
- Lockyer, Sharon. 2008. "Textual Analysis" dalam Lisa M. Given (Ed.) *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California: SAGE Publications, Inc.
- Malchiodi, Cathy. 2003. *Handbook of Art Therapy*. New York: The Guilford press.
- Martono, Nanang. 2014. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Sosial*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Miller, Judith. 2006. *Decorative Arts*. London: Dorling Kindersley Limited.
- Pando, Melkyor. 2017. *Hiruk Pikuk Jaringan Sosial Terhubung*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Raho, Bernard. 2016. *Sosiologi*. Maumere: Ledalero.
- Rogers, Everett. 2002. *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press A Division of Macmillan Publishing Co., Inc.
- Sachari, Agus. 2002. *Sosiologi Desain*. Bandung: Penerbit ITB.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *Nirmana: Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Setiyawan, Roni dan Anisa Meilasyari. 2016. *Megical New Zealand*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B. 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Sztompka, Piotr. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Qin, Yulianto. 2015. *Coloring Postcard Batik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

## B. Makalah

- Sudana, I wayan dan Seriyoga Parta. 2005. "Mengenal Ornamen" Makalah yang disajikan dalam Bahan Ajar MK. Ornamen, Jurusan Teknik Kriya, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo.

## C. Tautan

- [http://www.lotl.com/then\\_now/Coloring\\_Books.htm](http://www.lotl.com/then_now/Coloring_Books.htm)
- wawancara Basford. [workinspiration.org](http://workinspiration.org)
- wawancara Basford. [mysmartgirls.com](http://mysmartgirls.com)
- Lightfoot, Jo. 2015. Wawancara Bashford. (online) <http://www.nytimes.com/2015/03/30/business/media/grown-ups-get-out-their-crayons.html>. Diakses 26 Maret, 2017
- Herman, Barbara. 2015. Penjualan Buku Secret Garden Fenomena "Digital Detox". (online) <http://www.ibtimes.com/secret-garden-coloring-book-outsells-harper-lee-adults-see-digital-detox-1863678>. Diakses
- akun instagram komunitas Tabrak Warna. (online) [https://www.instagram.com/tabrak\\_warna/](https://www.instagram.com/tabrak_warna/). Diakses 26 Maret, 2017.



*Malchiodi, Cathy. "Coloring is not Meditation or Mindfulness—It's Coloring". psychologytoday.com. Diakses 26 Maret, 2017*

*pencarian tagar coloringbook di Instagram. (online)*

*statista.com. Diakses Januari 2017.*

*Dovey, Dana. The Therapeutic Science Of Adult Coloring Books.*

*[http://www.medicaldaily.com/therapeutic-science-adult-coloring-](http://www.medicaldaily.com/therapeutic-science-adult-coloring-books-how-childhood-pastime-helps-adults-356280)*

*books-how-childhood-pastime-helps-adults-356280). Diakses 26*

*Maret, 2017*

*The Very First Coloring Book, The Little Folks' Painting Book (Circa 1879)*

*openculture.com. Diakses 5 Februari 2016.*

