

TUGAS AKHIR PERANCANGAN

**PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF
MENGENAI PERENCANAAN CITA-CITA BAGI REMAJA**



PERANCANGAN

Oleh:

Gibran Darissalam

NIM: 1610187124

Non Reguler

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2020

Jurnal untuk Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF MENGENAI PERENCANAAN CITA-CITA BAGI REMAJA**, oleh GIBRAN DARISSALAM, NIM 1610187124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disahkan oleh Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual pada 25 Januari 2021.

Ketua Program Studi DKV/Anggota

Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.
NIP. 19870103 201504 1 002



ABSTRAK

Kemudahan dalam mendapatkan segala macam informasi, hiburan, serta tren yang dengan cepat silih berganti baik di dunia nyata maupun dunia maya membuat para remaja terjebak dalam zona nyaman diri mereka masing-masing. Zona nyaman membuat mereka terbuai dengan segala kesenangan semu dan membuat mereka lalai dalam menentukan tujuan hidup mereka dan mempersiapkan diri agar mampu memikul tanggungjawab yang kelak akan datang kepada setiap manusia untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik.

Menentukan tujuan hidup, merencanakan tindakan yang harus dilakukan, serta memiliki kemampuan untuk bertindak merupakan komponen yang penting untuk meraih cita-cita. Oleh karena itu segala upaya, pelatihan, bimbingan, dan media yang dapat mendorong para remaja untuk memiliki tujuan hidup harus mendapat perhatian lebih dan dilakukan dengan cara saling bersinergi dan berkesinambungan.

Perancangan buku interaktif ini dibuat untuk memantik kesadaran akan pentingnya tujuan hidup dan cita-cita, serta membangkitkan rasa ingin bertindak dengan melalui ilmu, wawasan, kisah-kisah inspiratif, sudut pandang, serta kiat-kiat untuk mewujudkan cita-cita, dan didukung dengan adanya kolom, tabel, maupun baris untuk memfasilitasi pemilik buku dalam menuliskan target secara berkala sesuai dengan penanggalan masehi, dan mencatat hal-hal yang mereka temui dalam proses mencapai cita-cita.

Kata kunci: tujuan hidup, cita-cita, tindakan, buku interaktif.

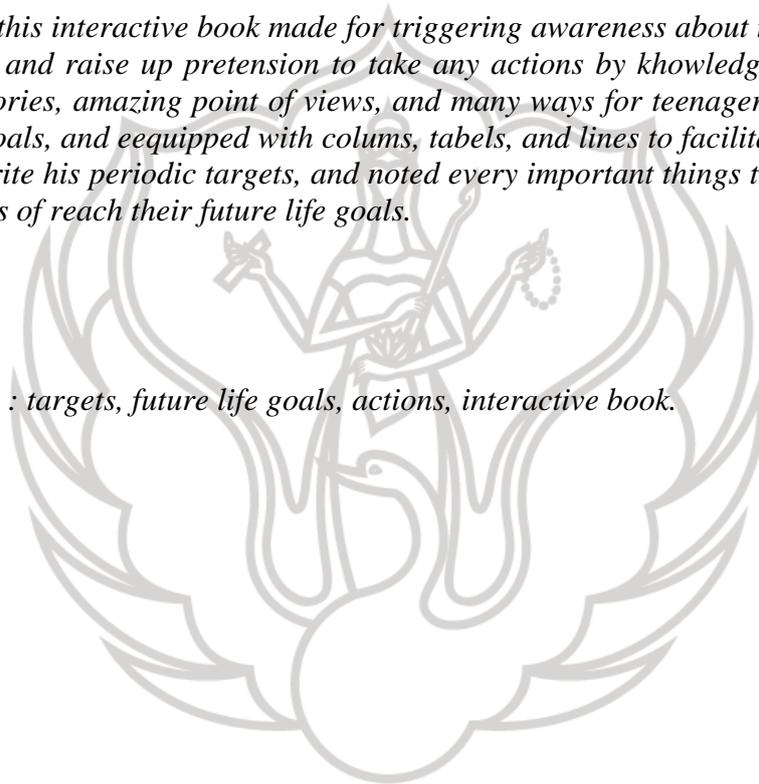
ABSTRACT

Easiness to get any informations, entertainments, and quickly changing trends in the cyberspace and in the real world caused many teenagers were trapped in their comfort zone. Comfort zone caused many teenagers were oblivious by any false happiness and caused them careless to decide their life goals and prepare them self to take the future responsibility that will be arrive to every human being for their better life.

Deciding life goals, planning any actions, and a capability to actions are very important things for people to reach their future life goals. So, every efforts, courses, and media that can push any teenagers to caring their life goals should got more attention and must do in synergy and continuously.

Design of this interactive book made for triggering awareness about the important of life goals, and raise up pretension to take any actions by knowledges, motivations, success stories, amazing point of views, and many ways for teenagers to reach their own life goals, and equipped with columns, tabels, and lines to facilitate owner of the book to write his periodic targets, and noted every important things that they meet in the process of reach their future life goals.

Key words : targets, future life goals, actions, interactive book.



A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Ada yang menarik dalam salah satu data jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019. Menurut data Badan Pusat Statistik, dari 6.816.840 pengangguran terbuka yang digolongkan menurut pendidikan yang ditamatkan pada bulan Februari 2019, sebanyak 1.680.794 (24,65%) berasal dari penduduk yang tamat SMA, sebanyak 1.381.964 (20,27%) berasal dari penduduk yang tamat SMK, sebanyak 269.976 (3,96%) berasal dari penduduk yang tamat akademi/diploma dan sebanyak 839.019 (12,20%) berasal dari penduduk yang tamat universitas. Itu artinya, dari keseluruhan pengangguran terbuka yang digolongkan berdasarkan pendidikan yang telah ditamatkan, justru presentase pengangguran terbuka didominasi oleh penduduk pada usia produktif hingga mencapai 60,98% dan ini sangat disayangkan.

Menurut buku Statistik Pemuda Indonesia 2018, saat ini diperkirakan ada sekitar 63,82 juta jiwa pemuda yang tersebar dari barat sampai timur wilayah Indonesia dan mengisi hampir seperempat penduduk Indonesia (24,15 persen). Sedangkan 21,38% di antaranya adalah remaja yang berusia 16-18 tahun. Itu artinya ada sekitar 13,64 juta jiwa remaja akhir yang tersebar di Indonesia. Meskipun mereka tidak mendominasi proporsi penduduk Indonesia, pada kenyataannya 13 juta remaja akhir dari 63 juta pemuda bukanlah jumlah yang kecil. Akan sangat berarti jika jumlah yang tidak sedikit ini diiringi dengan kualitas yang mumpuni, mengingat mereka adalah calon pemimpin yang akan menentukan nasib bangsa ini di masa yang akan datang. Sesuai fakta yang ada, dapat kita amati di lingkungan sekitar kita bahwa jumlah anak-anak dan remaja sangat banyak. Mulai dari sekolah tingkat dasar hingga perguruan tinggi negeri maupun swasta hampir setiap tahun pasti ada masyarakat yang mengeluh kebingungan dalam mencari sekolah karena kuota yang disediakan telah terpenuhi. Hampir di setiap segmen masyarakat juga ada organisasi kepemudaan yang didominasi oleh remaja, mulai dari yang bersifat sosial, bisnis, komunitas, hingga pada organisasi keagamaan. Begitu pula di jalanan sering kita temui banyak pengamen, pedagang asongan, bahkan pelaku kriminal sekalipun yang masih tergolong dalam usia anak-anak hingga remaja.

Tentu banyaknya jumlah anak-anak dan remaja tidak dapat dijadikan sebagai suatu masalah yang berdiri sendiri, akan tetapi sebab dan akibat yang ditimbulkan dari remaja itulah yang harus diberi perhatian lebih karena akan berpengaruh pada lingkungan, negara, bahkan dunia. Apabila anak-anak dan remaja tersebut memiliki kebiasaan yang baik, kegiatan yang produktif, serta wawasan yang luas tentunya akan menjadi aset yang sangat berharga bagi bangsa ini. Namun sebaliknya, apabila anak-anak dan remaja dengan jumlah yang banyak tersebut justru menjadi sekelompok orang yang merugikan bagi lingkungan sekitar, tidak produktif, serta berwawasan sempit, maka bangsa ini akan melangkah menuju masa depan dengan kekhawatiran dan keragu-raguan.

Bisa jadi, kenakalan remaja maupun ketidakproduktifan remaja disebabkan oleh ketidaktahuan mereka mengenai apa yang mereka cita-citakan, atau tidak adanya kesungguhan mereka dalam mewujudkan cita-cita mereka. Bisa jadi pula, segala prestasi dan kegemilangan, bahkan kemerdekaan yang telah didapatkan oleh bangsa ini diawali dengan adanya cita-cita yang kuat dari setiap warga negaranya. Wawasan, produktivitas, peran, dan segala hal yang terkait dengan perkembangan seseorang mempunyai hubungan erat dengan cita-

cita. Seseorang yang mempunyai cita-cita akan dengan sendirinya memperkaya wawasan, melakukan aktivitas yang produktif, dan mencoba berperan di lingkungannya sesuai dengan bidang yang ia cita-citakan. Begitu pula sebaliknya, apabila seseorang selalu memperluas wawasan, melakukan aktivitas yang produktif, dan turut berperan serius dalam memberi solusi atas permasalahan di lingkungannya, maka tidak menutup kemungkinan bahwa cita-citanya akan terus berkembang dan akan terus ia perbaharui.

Berdasarkan pengalaman penulis, ketika penulis bertanya kepada para remaja yang berusia 15 sampai 18 tahun dan sebagian mahasiswa, seringkali penulis temui di antara mereka yang belum mengetahui apa cita-cita mereka. Ada pula di antara mereka yang sudah mengetahui cita-cita mereka, akan tetapi masih samar ataupun belum jelas sehingga mereka belum mengetahui apa yang harus mereka lakukan. Sedikit di antara mereka yang mengetahui cita-cita mereka secara jelas, serta sudah mulai melakukan apa yang harus mereka lakukan untuk menggapai cita-cita mereka atau yang penulis sebut dengan istilah *on the track*.

Berdasarkan pada alasan yang penulis sampaikan di atas, maka sangat penting bagi kita untuk berupaya membuka pola pikir para remaja tentang luasnya cita-cita, dan sangat banyaknya hal yang dapat mereka lakukan, serta menyadarkan para remaja agar mereka segera menentukan cita-cita mereka.

Buku interaktif dianggap sebagai media yang tepat karena akan dirancang dengan tampilan yang disesuaikan oleh ketertarikan visual remaja dan mudah untuk dibawa ketika beraktivitas dan diharapkan dapat mengalihkan perhatian remaja pada dunia maya maupun media sosial yang seringkali melalaikan mereka. Selain itu, buku interaktif dirancang agar remaja berperan aktif ketika berinteraksi dengan buku tersebut mulai dari membaca, berimajinasi, menentukan langkah yang akan ia lakukan untuk menggapai cita-citanya, dan kemudian menuliskannya pada buku tersebut, serta menandai langkah-langkah yang telah ia tulis apabila telah selesai dikerjakan. Penulis berharap buku interaktif ini dapat berperan sebagai teman sebaya mereka sehingga remaja dengan sukarela berinteraksi dengan buku interaktif dan tidak beranggapan bahwa buku interaktif ini adalah senjata orangtua atau pihak-pihak lain untuk memaksa mereka agar terus belajar sehingga terkesan menggurui atau mendikte remaja yang memiliki buku ini.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang buku interaktif mengenai pentingnya merencanakan cita-cita bagi remaja yang edukatif, inovatif, dan menarik, serta terukur?

3. Tujuan Perancangan

Memotivasi remaja agar memikirkan masa depannya dengan mulai merancang cita-cita, serta meningkatkan minat remaja dalam merencanakan masa depannya dan mendorong mereka agar segera melakukan tindakan untuk mencapai cita-citanya.

4. Teori dan Metode

a. Buku Interaktif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, buku merupakan lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kertas kosong.

Interaktif adalah kata sifat yang berarti saling melakukan aksi antar hubungan, atau saling beraksi.

b. Cita-cita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, cita-cita adalah keinginan (kehendak) yang selalu ada dalam pikiran. Cita-cita juga memiliki pengertian sebagai tujuan yang sempurna yang akan dicapai atau dilaksanakan.

Gulo (2018) menulis dalam jurnalnya bahwa Hurlock (1979) mengartikan cita-cita sebagai keinginan meraih sesuatu yang lebih tinggi dari sekarang. Definisi mengenai tujuan dan pedoman hidup menurut Ken Mcelroy yang dilangsir dalam laman adalah.co.id, tujuan merupakan langkah pertama dalam proses mencapai kesuksesan dan tujuan juga merupakan kunci mencapai kesuksesan. Sedangkan pada laman wartabahasa.com, menurut Jemsly & Martani, tujuan merupakan sesuatu yang mungkin untuk dicapai, bukan sesuatu yang utopis. Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebuah cita – cita / tujuan hidup merupakan sesuatu yang ingin dicapai, berisi arahan tentang apa yang harus dikerjakan dan kunci untuk mencapai kesuksesan.

c. Motivasi

Brian Tracy (2019) menyampaikan dalam bukunya yang berjudul “*The Science of Motivation*” bahwa ada dua jenis motivasi. Ada motivasi palsu, dan ada motivasi sejati. Motivasi palsu adalah ketika seseorang disuguhi banyak cerita berlebihan tentang bagaimana seseorang bisa melakukan sesuatu. Orang-orang merasa senang ketika mendapatkan motivasi jenis ini, namun motivasi ini tidak bertahan lama. Orang melupakan 80% hingga 90% motivasi palsu yang telah mereka dengar meski mereka merasa senang ketika mendengarnya. Motivasi jenis kedua adalah motivasi sejati. Motivasi jenis ini muncul dari rasa memiliki kompetensi. Ketika seseorang mengetahui cara melakukan sesuatu secara rinci dan spesifik, maka mereka akan menemukan ide-ide baru dan kemudian merasa bahwa mereka mampu melakukannya.

Dalam buku yang sama, Brian (2019) juga menyatakan bahwa motivasi memerlukan motif. Salah satu alasan paling penting mengapa orang tidak memiliki motivasi adalah karena mereka tidak memiliki motif. Mereka tidak memiliki *mengapa*-nya. Mereka tidak memiliki sesuatu yang besar yang ingin mereka capai. Jika mereka memiliki sesuatu yang ingin dicapai, jika mereka menemukan sesuatu yang benar-benar bisa membangkitkan gairah mereka, seketika itu juga mereka akan memiliki motivasi.

Selain motivasi, yang dibutuhkan seseorang untuk melakukan sesuatu adalah daya untuk bertindak. Menurut Brian (2019), ada 3 alasan utama mengapa seseorang tidak berhasil melakukan sesuatu. Pertama adalah *zona nyaman*. Zona nyaman adalah musuh terbesar kesuksesan saat ini. Zona nyaman adalah pembunuh yang hebat karena zona nyaman akan membuat seseorang membatasi diri sendiri dengan menolak untuk menerima bahwa dunia sedang berubah. Alasan kedua adalah karena

mereka takut pada kegagalan. Sedangkan yang ketiga adalah karena merasa tidak tahu bagaimana caranya melakukan perubahan.

d. Kebiasaan

Kolb & Wishaw (2014) dalam buku "Introduction to Brain and Behavior 4th" mengutip ulasan Irenäus Eibl-Eibesfeldt dalam buku yang berjudul "The Biology of Behavior" yang diterbitkan pada tahun 1970, bahwa tingkah laku terdiri atas pola-pola dalam kurun waktu tertentu. Pola-pola tersebut dapat menciptakan pergerakan atau tindakan, vokalisasi, gaya bicara, cara berpikir, maupun perubahan penampilan, seperti wajah karena sering tersenyum,

Ditulis oleh Duhigg (2012) dalam buku *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business* bahwa kebiasaan adalah pilihan-pilihan yang secara sengaja kita buat pada titik tertentu, dan kemudian dapat secara otomatis kita lakukan secara berkelanjutan setiap hari. Tidak hanya untuk individu atau perseorangan saja, bahkan ketika sebuah perusahaan fokus dalam mengubah kebiasaan mereka, maka sistem dapat berubah secara menyeluruh.

Duhigg (2012) juga mengutip pernyataan William James yang ditulis pada tahun 1892 bahwa kebanyakan pilihan yang kita tentukan setiap hari bisa jadi terasa seperti hasil dari proses kita berpikir dalam membuat keputusan, namun sebenarnya itu bukanlah hasil dari pemikiran kita melainkan itu adalah hasil dari kebiasaan kita. Pada buku *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business* juga mencantumkan hasil sebuah jurnal penelitian dari Duke University pada tahun 2006 yang menemukan bahwa lebih dari 40% tindakan yang dilakukan manusia setiap hari bukanlah hasil keputusan atau kehendak sebenarnya, melainkan itu adalah kebiasaan.

e. Remaja

Adolescence, atau dalam bahasa Indonesia disebut "remaja", berasal dari kata latin "*adoloscere*", yang artinya "tumbuh" (Hurlock, 1973). Sehingga menurut Putrantya (2008), remaja dapat diartikan dengan tumbuh menjadi dewasa. Menurut Jersild (1965), masa remaja adalah periode dimana orang yang tumbuh mengalami transisi dari anak-anak menuju dewasa .

Definisi semacam ini juga dikemukakan oleh Conger (1977), yang menyatakan bahwa masa remaja merupakan periode dimana perubahan terjadi secara cepat dalam hal fisik, fisiologis, psikologis, dan sosial. Ginzberg (dalam Osipow dan Fitzgerald, 1996) menjelaskan bahwa masa remaja merupakan masa yang penting dimana proses memilih pekerjaan atau vokasional dialami.

Periode remaja dimulai sejak individu mencapai kematangan secara seksual dan berakhir ketika kemandirian secara legal telah dipastikan oleh orang dewasa yang menanggung (Hurlock, 1973). Menurut Hurlock (1973), usia remaja berada di antara usia 13-18 tahun. Dari rentang waktu tersebut, periode remaja dibagi dua, yaitu: awal, antara usia 13-17 tahun dan akhir, antara usia 17-18 tahun.

f. Warna

Sanyoto (2009) dalam bukunya yang berjudul "Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain" menuliskan bahwa warna dapat didefinisikan

secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan yang dapat diperikan ke dalam *hue* (rona warna atau corak warna), *value* (kualitas terang-gelap warna, atau tua-muda warna), *chroma* (intensitas/kekuatan warna yaitu murni-kotor, cemerlang-suram, atau cerah-redup warna).

Menurut Turangan (2016) warna adalah elemen yang menambahkan dimensi yang baru pada komunikasi. Warna juga menjadi elemen yang dapat menambahkan ekspresi, mood, dan emosi pada suatu desain.

g. Tipografi

Wijaya (2010) berpendapat bahwa dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai 'visual language', yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Pengertian tipografi yang sebenarnya adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf; dimana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai simbol dari suara tetapi terutama dilihat sebagai suatu bentuk desain.

h. *Layout*

Turangan (2016) dalam jurnalnya yang berjudul "Perancangan Buku Interaktif Belajar Baca Tulis bagi Orangtua Anak Penderita Disleksia di Surabaya" menuliskan bahwa *layout* adalah proses desain yang mengatur format halaman dan *margin* sebagai komponen utama. Proses pengerjaan *layout* melibatkan produk desain 2 dimensi dan 3 dimensi. Dalam proses pengerjaannya, pengertian hirarki visual sangatlah diperlukan. Hirarki visual ialah urutan atau alur visual yang dibuat agar diikuti oleh pembaca. Sebagian besar karya *layout* memiliki komponen-komponen seperti *headline*, ilustrasi, *body copy*, dan sebagainya. Tujuan dari hirarki visual adalah mengatur penempatan komponen-komponen ini agar memiliki alur urutan yang sesuai untuk dibaca oleh pembaca.

5. Analisis Data

Analisis 5W + 1H adalah teknik analisis data yang sering digunakan oleh para jurnalis untuk mengkaji dan menyampaikan suatu berita. Namun, teknik ini juga sering digunakan dalam menyusun perencanaan karena dianggap relevan dan dapat memudahkan proses perencanaan.

a. What (Apa) : Apa yang dirancang?

Karya dalam perancangan ini adalah buku interaktif mengenai perencanaan cita-cita bagi remaja. Buku ini dirancang dengan konsep interaktif sehingga buku ini hanya dapat berfungsi secara optimal apabila pembaca atau *target audience* berperan aktif ketika membaca buku ini. Pada buku ini pembaca atau *target audience* dituntut agar selalu menuliskan berbagai hal yang diinstruksikan dalam buku ini. Buku ini juga dirancang dengan konsep minim teks agar *target audience* tidak merasa bosan dan jenuh ketika berinteraksi dengan buku ini.

b. Why (Mengapa) : Mengapa perlu dirancang?

Alasan merancang buku interaktif mengenai perencanaan cita-cita bagi remaja adalah karena strategi kita dalam mengelola pengembangan manusia

pada saat ini merupakan portrait bangsa Indonesia di masa depan. Selain itu remaja merupakan generasi penerus bangsa. Sehingga perlu dilakukan upaya mengawal dan mengedukasi remaja-remaja di Indonesia agar segera menentukan cita-cita beserta langkah-langkah yang harus ia lakukan agar mereka dapat meraih cita-citanya. Sedangkan buku interaktif dipilih karena buku yang interaktif dinilai lebih tepat untuk memenuhi tujuan dibuatnya media yang dapat mengukur sejauh mana kesungguhan remaja dalam meraih cita-citanya.

- c. Who (Siapa) : Siapa yang akan menjadi khalayak sasaran?
Target audience yang ditentukan pada perancangan ini adalah remaja laki-laki maupun perempuan yang berusia 16 sampai 20 tahun. Pada usia-usia tersebut remaja di Indonesia sudah mulai dihadapkan oleh pilihan-pilihan yang kelak akan menentukan karir mereka untuk pertama kali mulai dari memilih jurusan di sekolah, universitas, maupun organisasi dan pekerjaan mereka.
- d. Where (Dimana) : Dimana akan dirancang?
Perancangan ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta karena pada setiap tahunnya banyak remaja, khususnya pelajar yang masuk dan belajar di Kota Yogyakarta sehingga dengan dilakukannya perancangan ini di Kota Yogyakarta diharapkan dapat lebih mudah menjangkau remaja-remaja di berbagai segmen karena kondisi masyarakat yang heterogen.
- e. When (Kapan) : Kapan akan diluncurkan?
Buku interaktif mengenai perencanaan cita-cita bagi remaja akan diluncurkan pada bulan Desember tahun 2020.
- f. How (Bagaimana) : Bagaimana mewujudkannya?
Penyelesaian masalah dengan cara membuka wawasan dan memberikan motivasi yang didukung dengan *layout* yang menarik serta menyediakan lembar-lembar interaktif agar *target audience* tertarik untuk memikirkan dan menuliskan cita-citanya.

B. Pembahasan dan Hasil

1. Konsep Perancangan

Buku interaktif mengenai perencanaan cita-cita bagi remaja memiliki 12 bab dengan topik pembahasan yang berbeda namun saling memiliki korelasi antara satu sama lain. Konten yang ada pada buku ini antara lain pengertian cita-cita, cara agar lebih mengenali diri sendiri, kiat-kiat dalam memotivasi diri sendiri, kisah-kisah inspiratif, informasi, fakta dan langkah-langkah dalam merencanakan cita-cita.

Dalam buku tersebut terdapat ilustrasi-ilustrasi yang saling berkaitan sehingga memiliki cerita secara tersirat. Selain itu dalam buku ini juga disediakan kolom-kolom tabel maupun uraian untuk menuliskan target-target ataupun keinginan-keinginan yang ingin dicapai oleh pemilik buku.

Tampilan dan pengaturan tata letak pada buku ini didesain tidak baku namun tetap rapih sehingga tidak terkesan membosankan dan tetap dapat berfungsi secara optimal.

Adapun warna yang digunakan adalah warna-warna yang kontras dan minimalis untuk memberi kesan tegas serta menyesuaikan dengan usia target audiens yang sudah memasuki tahap usia remaja akhir hingga dewasa awal.

Kalimat yang tersusun dalam buku ini banyak menggunakan kalimat baku agar terkesan tegas, serius, dan elegan. Beberapa istilah dalam bahasa Inggris juga digunakan untuk menambah kesan intelektual, modern, dan *open minded*.

2. Tujuan Kreatif

Inti visual dan verbal. Buku “The Great Life” berisi informasi mengenai cita-cita, motivasi, dan kiat-kiat untuk merancang aktifitas keseharian *target audience* agar lebih produktif dari sebelumnya. Tujuan dari visualisasi buku ini adalah untuk menghadirkan visual yang elegan, yang akan membuat pemilik buku merasa percaya diri untuk membawa buku tersebut ketika beraktifitas. Dengan adanya visual-visual tersebut, diharapkan remaja yang masih bimbang dalam menentukan arah dan tujuan hidup mereka, dapat menemukan solusi dan kemudahan serta semangat baru untuk lebih berkomitmen dalam membangun masa depan mereka dan meningkatkan produktifitas dalam kehidupan sehari – hari.

3. Strategi Kreatif

a. Isi Pesan (*what to say*)

Buku interaktif mengenai perencanaan cita-cita bagi remaja berisi analogi, pengertian cita-cita, cara agar lebih mengenali diri sendiri, kiat-kiat dalam memotivasi diri sendiri, kisah-kisah inspiratif, informasi dan langkah-langkah dalam merencanakan cita-cita. Dalam buku tersebut terdapat garis besar mengenai analogi sebuah pohon besar yang akarnya kokoh menghujam ke dalam tanah, dan batangnya tinggi menjulang ke langit. Selain berfungsi sebagai alur cerita secara garis besar, pohon ini juga berfungsi sebagai ilustrasi dalam perancangan visual pada buku tersebut. Dalam buku interaktif tersebut juga terdapat kolom-kolom tabel maupun uraian untuk menuliskan target-target maupun keinginan-keinginan yang ingin dicapai oleh pemilik buku.

Buku interaktif berjenis workbook ini berisi berbagai petunjuk bagaimana menghadapi tantangan yang dialami oleh beberapa remaja yang mengalami kebingungan dalam menentukan dan meraih cita-citanya. Buku ini diharapkan dapat membantu mereka mengembangkan citra diri yang positif dan mengenali apa yang mereka inginkan serta apa yang mereka butuhkan. Perlu diketahui bahwa cita-cita serta masa depan sangat dapat diatur dan direncanakan. Melakukan kegiatan-kegiatan yang ada di buku ini memberikan mereka banyak ide tentang cara menentukan dan meraih cita-cita.

Selain itu, buku ini memiliki tujuan agar cita-cita pemiliknya dapat terukur dengan cara menuliskan tujuan secara spesifik dan menetapkan batas waktu dengan jelas. Apabila tujuan tersebut adalah tujuan jangka panjang, maka dengan adanya tabel-tabel mingguan dan harian, tujuan tersebut dibagi menjadi beberapa pembagian waktu dengan periode yang lebih singkat. Sebagai contoh, apabila penulis mempunyai tujuan jangka panjang selama lima tahun, maka jangka waktu tujuan tersebut dapat dipecah menjadi lima tujuan jangka pendek yang berkesinambungan pada tiap tahunnya. Kemudian dari tiap tahun tersebut masih dapat dibagi menjadi tiap bulan, tiap pekan, hingga tiap hari. Dengan demikian langkah-langkah yang akan dilakukan akan jauh lebih jelas dan terlihat mudah.

b. Bentuk Pesan (*how to say*)

Pesan yang disampaikan menggunakan pendekatan personal atau *user oriented* yang tentunya menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan karakter pemilik buku sehingga mudah dimengerti dan terasa lebih dekat dengan sisi emosional mereka. Selain itu buku ini juga menggunakan analogi yang membuat pemilik buku tersebut seakan-akan menjadi sosok pohon yang sedang tumbuh yang diilustrasikan dalam buku tersebut agar buku interaktif tersebut dapat berperan sebagai teman sebaya mereka sehingga remaja dengan sukarela berinteraksi dengan buku interaktif dan tidak beranggapan bahwa buku interaktif tersebut adalah senjata orang tua atau pihak-pihak lain untuk memaksa mereka agar terus belajar sehingga terkesan menggurui atau mendikte remaja yang memiliki buku tersebut.

4. Konsep Media

a. Tujuan Media

Maksud menggunakan media buku interaktif adalah untuk mempermudah *target audience* bersikap aktif dalam merancang cita-citanya, mulai dari membaca, berimajinasi, menentukan langkah yang akan ia lakukan untuk menggapai cita-citanya, dan kemudian menuliskannya pada buku tersebut, serta menandai langkah-langkah yang telah ia tulis apabila telah selesai dikerjakan sehingga pemilik buku dapat menentukan melakukan tindakan yang secara terukur. Buku interaktif dirancang dengan desain yang *simple* dan berukuran sedang agar mudah untuk dibawa ketika beraktivitas dan diharapkan dapat mengalihkan perhatian remaja pada dunia maya maupun media sosial yang sering kali melalaikan mereka. Penulis berharap buku interaktif ini dapat berperan sebagai teman sebaya mereka sehingga remaja dengan sukarela berinteraksi dengan buku interaktif dan tidak beranggapan bahwa buku interaktif ini adalah senjata orangtua atau pihak-pihak lain untuk memaksa mereka agar terus belajar sehingga terkesan menggurui atau mendikte remaja yang memiliki buku ini.

b. Strategi Media

1) Khalayak Sasaran

Secara demografis, *target audience* perancangan buku interaktif ini adalah remaja berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan pada usia kurang lebih 18 tahun dan minimal sedang menempuh pendidikan SMA/SMK sederajat. Sedangkan secara psikografis adalah remaja yang hingga pada usia 18 tahun masih belum mengetahui apa tujuan hidup mereka sehingga mereka selalu bimbang dalam menentukan jurusan studi maupun karir yang akan mereka pilih. Adapun secara geografis, *target audience* menetap di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta baik pada wilayah desa, kampung, maupun kota.

2) Program Media

- a. Waktu : Awal tahun 2021, pergantian semester 1 menuju semester 2.
- b. Tempat lokasi perancangan adalah kota-kota besar di Indonesia, khususnya Kota Yogyakarta.

3) Paduan Media

- i. Media Utama (*Main Media*)

Buku Interaktif yang bersifat personal dengan banyak kolom kosong sebagai tempat pemilik menuliskan harapan dan cita-citanya secara terstruktur.



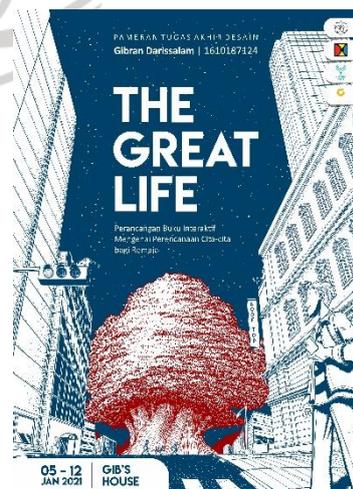
Media Utama

ii. Media Penunjang (*Supporting Media*)

Media penunjang akan membantu *user* untuk selalu mengingatkan betapa berharga cita-cita mereka. *Poster*, pembatas buku, kalender, dan *sticker*.



Kalender meja



Poster



Sticker



Pembatas buku

C. Kesimpulan

Buku ini merupakan sebuah inovasi baru buku *daily planner* pada umumnya. Setidaknya ada dua jenis buku *daily planner* yang telah beredar. Jenis yang pertama adalah buku *daily planner* yang menggunakan sangat banyak tabel, kolom, dan baris, serta layout yang sangat kaku tanpa sedikitpun ilustrasi yang bercerita dalam penyajiannya sehingga sangat terkesan membosankan bagi remaja yang belum serius dalam memikirkan dan menentukan cita-citanya. Jenis yang kedua adalah buku *daily planner* yang dipenuhi dengan ornamen flora dan tipografi berjenis *hand writing* serta menggunakan warna-warna pastel yang cerah yang membuatnya terkesan sangat feminin yang tentu saja sangat tidak cocok bagi remaja laki-laki.

Berbeda dengan buku sejenis lainnya, buku ini menyajikan banyak bacaan dengan tema-tema tertentu pada setiap bulannya, dan dengan judul-judul tertentu dalam setiap pekannya. Bacaan-bacaan tersebut berisi tentang motivasi, fakta, analogi, serta kisah orang-orang yang sukses dalam hidupnya yang akan memberi sudut pandang baru bagi pembacanya sehingga dapat memberi hasrat untuk segera bertindak menentukan dan meraih cita-citanya. Buku ini juga menampilkan tata letak yang tidak kaku serta dilengkapi dengan ilustrasi yang memiliki cerita bersambung pada setiap awal bulannya sebagai pembatas setiap bab dalam buku ini.

D. Daftar Pustaka

- Conger, J.J. 1977. *Adolescence and Youth: Psychological Development in a Changing World. 2nd Ed.* New York: Harper and Row Publisher.
- Duhigg, Charles. 2012. *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business.* New York: Random House
- <http://www.adalah.co.id/tujuan.html>, diakses tanggal 22 Desember 2020 pukul 19.03 WIB.
- <http://www.wartabahasa.com/2019/05/pengertian-dan-perbedaan-visi-misi-dan.html>, diakses 23 Desember 2020 pukul 04.53 WIB.
- <http://www.bps.go.id/statictable/2009/04.16/972/pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan-1986-2019.html>, diakses, 26 Februari 2020, pukul 07.19 WIB.
- <http://www.bps.go.id/publication/2018/12/21/572f941511d090083dd742d6/statistik-pemuda-indonesia-2018.html>, diakses, 25 Februari 2020, pukul 15.21 WIB.

- Hidayat, Isnan interview. 2020. "Peta Kehidupan". Surakarta
- Hurlock, E.B. 1973. *Adolescent Development*. 4th Ed. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha, Ltd.
- Gulo, Iman Setya Putra Jaya. 2018. *Hubungan Antara Minat Belajar, Cita-cita Siswa, Kompetensi Guru, Komunitas Teman Sebaya dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri Kabupaten Sleman*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Jersild, A.T. 1965. *The Psychology of Adolescence*. 2nd Ed. New York: The McMillan Company.
- Kolb, Bryan & Q. Wishaw. 2014. *Introduction to Brain and Behavior 4th*. New York: Worth Publisher
- Putrantya, Dinda Denis Prawitasandhi, 2008, *Uji Efektivitas Program Bimbingan Karir "Kutahu Yang Kumau" Untuk Meningkatkan Kematangan Vokasional Remaja*. Yogyakarta: Psikologi Universitas Gadjah Mada
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi, 2010. *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tracy, Brian, 2019, *The Science of Motivation*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia
- Turangan, Atalya Sharon Jerusha, 2016, *Perancangan Buku Interaktif Belajar Baca Tulis bagi Orangtua Anak Penderita Disleksia di Surabaya*. Surabaya: Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra
- Wijaya, P.Y. (2010). Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual. Retrieved March 15, 2017, from <http://puslit2.petra.ac.id>

