

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini difokuskan pada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data dan teknik pengolahan dalam perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi.

4.1 Analisa Data

Pada penelitian ini objek yang diteliti pembuatan analisa data dan menetapkan pasar yang akan difokuskan untuk perancangan buku *travel guide* pasar grosir di kota Surabaya, sebagai dasar perancangan yang akan dilakukan.

4.1.1 Hasil Analisa Data

Berdasarkan hasil observasi setelah berkunjung ke pasar grosir Kapanan, ditemukan data bahwa pembeli yang sering berkunjung adalah masyarakat kota Surabaya yang memiliki usaha dagang maupun pemborong dan komunitas, melihat potensi tersebut dirasa pencipta perlu merancang buku untuk menginformasikan bahwa Surabaya juga memiliki wisata pasar grosir seperti di kota Bandung dan Yogyakarta yang terkenal dengan murah sekaligus berkualitas, agar tersampainya informasi kepada pendatang yang sedang berkunjung sementara di kota Surabaya untuk mengetahui bagaimana besarnya potensi bisnis pasar

grosir Kapasan Surabaya sangat relatif terjangkau dari pasar-pasar yang ada di kota Surabaya lainnya

4.1.2 Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 13 Mei 2016 dengan Bapak Tabrani dan Candra sebagai narasumber yang berdagang di pasar Kapasan, Serta Ibu Lusi, Rosyanti dan Bapak Doni yang berkunjung atau membeli di pasar kapasan Surabaya 30 Maret 2016, yang menyatakan bahwa pasar kapasan adalah pusat grosir yang murah di kota Surabaya yang menawarkan kain, benang, kaos dan pakaian. Pasar kapasan juga ditargetkan untuk para pembisnis pakaian, kain untuk dijual kembali. Resiko yang selalu dialami oleh para pembeli yang sedang berkunjung di pasar kapasan yaitu perjalanan untuk menuju ke pasar kapasan sangat padat oleh pengunjung untuk membeli beberapa pakaian grosir, kain, benang dan bahan grosir lainnya yang telah disajikan oleh para pedagang yang ada di pasar Kapasan maupun para pengendara yang sekedar lewat di kawasan pasar Kapasan, jika berkunjung kedalam pasar pakaiannya dapat ditemukan suasana yang berdesak-desakan karena jalan yang sempit serta pengunjung yang ramai, tetapi dengan ini para pembeli akan mendapatkan harga yang sesuai dengan perjuangan. Serta dengan adanya pelayanan yang ramah juga menarik para pembeli yang ada di pasar kapasan itu sendiri.

Pembelian pakaian di pasar grosir Kapasan Surabaya minimal 1 lusin serta ada pula yang menjualnya dengan harga eceran karena tidak selalu para pembeli akan membeli secara grosir tetapi dengan harga yang berbeda. Target penjualan

dari para pedagang yang ada di pasar kapasas Surabaya adalah komunitas, pembuka usaha distro, dan bisa juga dengan sistem berlangganan untuk harga borongan, kaos polos dan sablon minimal order kisaran 100 kaos, perkaos yang ditargetkan Rp 26.000,- perukuran dibedakan Rp 2.000,- penjualan tidak melayani pembelian secara online karena dengan cara online para pedagang tidak ingin mengecewakan konsumen yang akan memesan barang yang terpasang di situs web tetapi tidak ada stoknya maka harus menunggu beberapa waktu dengan kisaran yang lama 4 minggu hingga 2 bulan.

Pedagang pasar Kapasas juga melakukan pengiriman barang lewat ekspedisi, dengan pengiriman paling jauh yang dilakukan adalah Baubau (Sulawesi Tenggara), Tarakan (Kalimantan Utara), Flores. Omset keseluruhan yang dimiliki para pedagang pasar kapasas yaitu sekitar Rp. 28.000.000,- sampai Rp. 40.000.000,- dan minimal omset yang didapat adalah Rp.1.500.000,- perbulan.

4.1.3 Segmentasi, Target dan *Positioning* (STP)

Agar mampu mendapatkan target yang sesuai untuk sasaran, diperlukan adanya penelitian atau riset yang mendukung hasil sesuai harapan. Populasi yang akan diambil adalah beberapa pelaku usaha di bidang kaos dan sejenisnya di kota Surabaya maupun luar kota Surabaya.

a. Segmentasi dan Targeting :

1) Demografis

Usia : 18 – 40 Tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Profesi : Komunitas, pemilik usaha kaos dan distro

Pendidikan : SMA – S2

Kelas Sosial : Umum dan pembisnis

2) Geografis

Wilayah : Jawa Timur

Lokasi : Kota Surabaya

3) Psikografis

Gaya hidup : Masyarakat yang suka berdagang pakaian dan para komunitas yang termotivasi untuk membeli barang-barang grosir pakaian.

Kepribadian : Pelaku usaha dan komunitas

4) Behavioral

Manfaat : Untuk menambah informasi yang berkaitan tentang tempat belanja pakaian grosir, mengenalkan pasar Kapasan terhadap para pendatang yang ada di kota Surabaya, dan memotivasi untuk menciptakan lapangan usaha.

b. Targeting

Target yang dituju dari perancangan buku *travel guide* pasar grosir pakaian ini adalah wisatawan pada tahap dewasa (20–40 tahun) yang biasanya merupakan usia mahasiswa hingga keluarga. Menurut Havighurst Masa dewasa awal adalah masa beralihnya pandangan egosentris menjadi sikap yang empati. Pada masa ini, penentuan relasi sangat memegang peranan penting. Usia target audiens tersebut merupakan usia dimana

seseorang memiliki penghasilan sendiri dan mempunyai hak memuaskan dirinya dan keluarga. Sedangkan usia 18 – 20 tahun sebagai target sekunder yang biasanya merupakan usia sekolah hingga mahasiswa. Usia tersebut adalah usia dimana seseorang sedang mencari jati diri dan bebas berekspresi.

c. *Positioning* :

Positioning yang dimunculkan dalam perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya adalah sebagai tempat wisata belanja grosir pakaian di Surabaya yang memiliki harga yang murah.

4.1.4 Analisis SWOT

Analisa SWOT merupakan cara untuk mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dalam perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi dapat dilihat pada tabel 4.1 dengan penjelasan yang terperinci dengan menggunakan tabel SWOT.

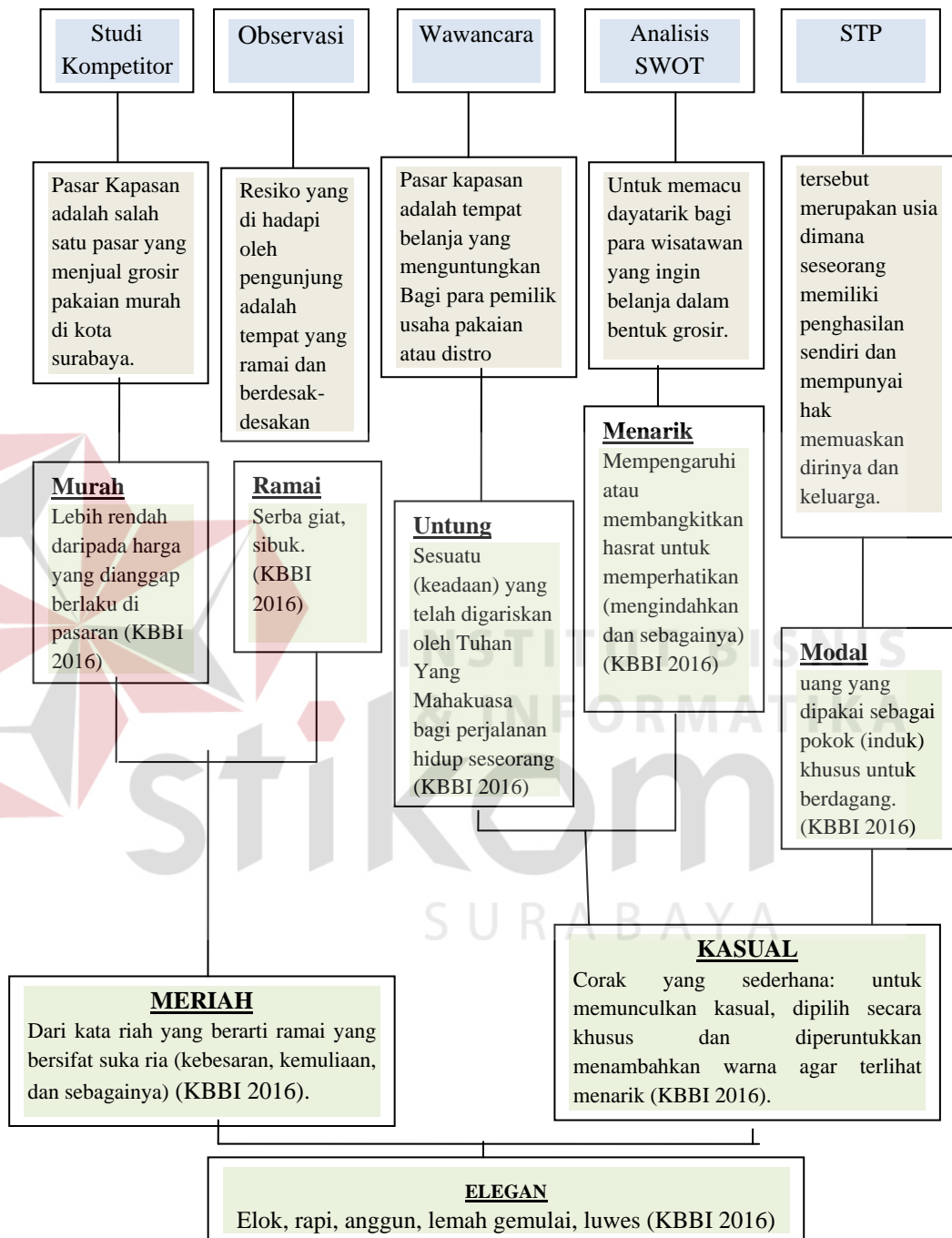
Eksternal / Internal	Peluang (<i>Opportunity</i>)
	<ul style="list-style-type: none"> -Harga grosir yang ditawarkan sangat murah dari pasar yang lainnya di Surabaya. -Dapat menjadi peluang bisnis pakaian, kain, dan benang.
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kekuatan dan Kesempatan (SO)
<ul style="list-style-type: none"> -Khusus tentang wisata belanja grosir pakaian -Banyak toko yang menawarkan berbagai jenis pakaian dan kain. 	<ul style="list-style-type: none"> -Termasuk kategori wisata belanja grosir pakaian. -Menjadi daya tarik bagi pembuka usaha pakaian dari luar kota Surabaya. -Menginformasikan kepada masyarakat luar kota Surabaya yang ingin membuka bisnis usaha pakaian atau distro
Ancaman dan Kekuatan (ST)	Kelemahan dan Kesempatan (WO)
<ul style="list-style-type: none"> -Meningkatkan promosi agar dapat dikenal luas oleh masyarakat yang suka membeli pakaian secara grosir atau memiliki usaha dibidang kain dan pakaian. 	<ul style="list-style-type: none"> -Bertujuan sebagai menginformasikan wisata belanja grosir termurah di kota Surabaya kepada masyarakat luas. -Ramai sehingga untuk masuk ke dalam pasar harus berdesak-desakan.
Kelemahan dan Ancaman (WT)	Ancaman (T)
<ul style="list-style-type: none"> -Dalam hal pemilihan konsep haruslah lebih kreatif agar lebih dikenal dari pasar-pasar yang lain di kota Surabaya. 	<ul style="list-style-type: none"> -Ramai sehingga untuk masuk ke dalam pasar harus berdesak-desakan. -Jalan menuju Pasar Kapasan Selalu macet.
<p>Strategi Utama: dibutuhkan informasi yang tepat dengan menggunakan teknik fotografi yang baik untuk memacu daya tarik bagi para wisatawan yang ingin belanja dalam bentuk grosir pakaian.</p>	

Gambar Tabel 4.1 : Analisis SWOT
 Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Dapat dilihat dari Tabel 4.1 di atas, kesimpulan yang di ambil dalam analisis SWOT adalah wisata belanja grosir di kota surabaya sangat berpotensi sebagai objek wisata belanja yang memiliki potensi untuk berbisnis. sebagian masyarakat kota surabaya dan sebagian kecil dari masyarakat luar kota surabaya yang tahu. Dengan demikian, buku ini dapat menjadi sarana media promosi wisata *travel guide* belanja pakaian grosir di Surabaya.



4.2 Keyword



Gambar 4.2 : Analisis Keyword
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Dalam perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi diperlukan beberapa proses penelitian agar dapat ditemukan suatu *keyword* untuk acuan desain yang akan digunakan dalam perancangan buku fotografi ini

Kata kunci yang ditemukan adalah *elegan* dari beberapa pencarian yang telah dirangkum dari hasil observasi, wawancara, studi kompetitor, STP dan analisis SWOT, serta beberapa pendapat dari beberapa kawan dan dosen pembimbing untuk menemukan *keyword* yaitu “*elegan*” yang didefinisikan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah elok, rapi, anggun, lemah gemulai, luwes.

Dari hasil *keyword* studi kompetitor maka didapatkan kesimpulan konsep Murah, dimana definisi murah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah lebih rendah daripada harga yang dianggap berlaku di pasaran. Pernyataan murah diambil dari hasil studi kompetitor yang isinya (Pasar Kapasan adalah salah satu pasar yang menjual grosir pakaian murah di kota Surabaya). Dari hasil observasi diambil dari (Resiko yang di hadapi oleh pengunjung adalah tempat yang ramai dan berdesak-desakan) menghasilkan *keyword* ramai yang berfinisi serba giat atau bisa disebut juga sibuk.

Dari hasil wawancara dan analisis SWOT kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) ditemukan kata kunci unik yang bermakna tersendiri dalam bentuk atau jenisnya. Hasil tersebut telah di rangkum dari penjelasan wawancara yang berisi (pasar kapasan adalah tempat belanja yang menguntungkan Bagi para pemilik usaha pakaian atau distro), dan

hasil analisis SWOT (untuk memacu daya tarik bagi para wisatawan yang ingin belanja dalam bentuk grosir).

keyword yang telah ditemukan berdasarkan data dari studi kompetitor, observasi, wawancara, analisis SWOT, dan STP ditemukan kata kunci yang pertama dari hasil pencarian kata kunci Studi Kompetitor dan observasi ditemukan kata meriah yang memiliki arti Dari kata riah yang berarti ramai yang bersifat suka ria (kebesaran, kemuliaan, dan sebagainya), dan kedua adalah hasil dari pencarian kata kunci wawancara, analisis SWOT, dan STP yaitu KASUAL yang berarti corak yang sederhana: untuk memunculkan kasual, dipilih secara khusus dan diperuntukkan menambahkan warna agar terlihat menarik.

STP *Segmentasi, Target, Positioning* didapatkan kata kunci pasar Kapasan diperuntukkan bagi kalangan umum yang ingin belanja grosir dari kisaran umur 18 sampai 40 tahun. Dapat disimpulkan dari kalimat tersebut STP yang ditemukan adalah masyarakat yang telah memiliki sudut pandang dan cara pemikiran yang matang. Hasil dari pencarian *keyword* dari wawancara, analisis SWOT, dan STP ditemukan kata elegan yang memiliki arti Elok, rapi, anggun, lemah gemulai, luwes (KBBI 2016), kata kunci ini ditemukan berdasarkan dari studi kompetitor, observasi, wawancara, analisis SWOT dan hasil STP yang telah di ambil beberapa brainstorming yang telah dikerucutkan dengan hasil *keyword* yaitu “Elegan”.

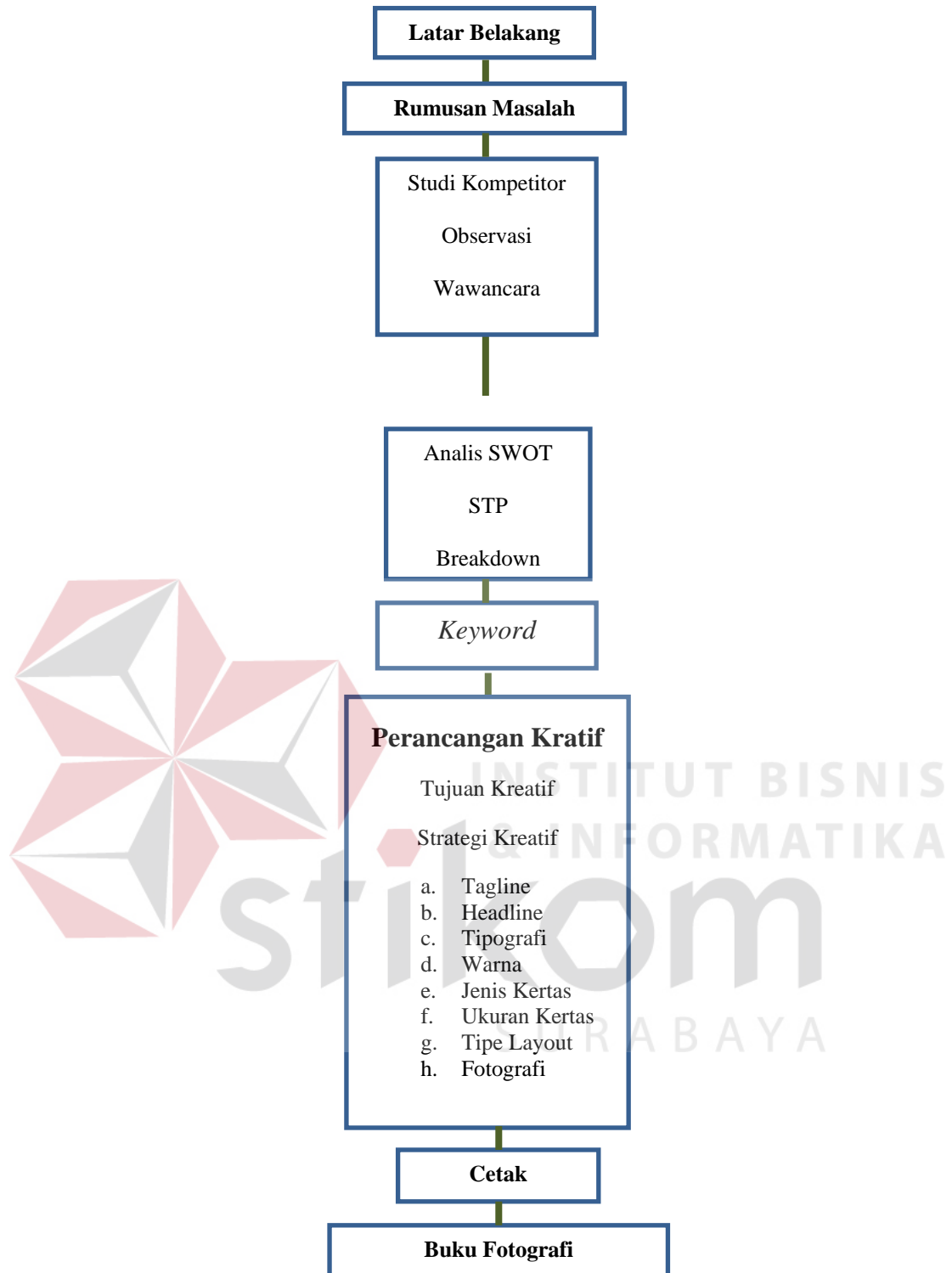
4.3 Deskripsi Konsep

Berdasarkan dari analisa *keyword* yang sudah didapatkan kemudian akan digunakan sebagai konsep, pengetahuan dari kata kunci "Elegan" adalah Elok, rapi, anggun, lemah gemulai, luwes. Konsep utama pada buku ini sendiri adalah buku *travel guide* wisata belanja grosir pakaian kota Surabaya berbasis fotografi dengan memberikan penjelasan lokasi, suasana, dan foto kegiatan yang ada didalam pasar.

Konsep dari buku ini sendiri adalah buku *travel guide* wisata belanja dengan memberikan gambaran suasana dan kegiatan apa saja yang terdapat dilokasi tersebut dengan menggunakan teknik fotografi, yang bertujuan untuk menarik minat audiens untuk berkunjung ke pasar Kapasan Surabaya dan diharapkan dari buku wisata belanja grosir ini maka dapat tersampaikan informasi serta beberapa kegiatan yang ada di lokasi.

4.4 Konsep Perancangan Karya

Konsep perancangan karya adalah rangkaian yang didasarkan melalui konsep yang telah ditemukan yang bertujuan sebagai tahapan dalam melakukan suatu karya yang telah di *breakdown* sedemikian rupa agar mudah untuk mengimplementasikan karyanya nanti, konsep perancangan buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir di kota Surabaya berbasis fotografi dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4.3 Konsep Perancangan Karya
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

4.5 Perancangan Kreatif

4.5.1 Tujuan Kreatif

Untuk menciptakan sebuah buku yang menarik bagi para pembaca terhadap buku wisata belanja grosir Surabaya, maka dibutuhkan sebuah konsep yang matang. Dengan adanya pencarian konsep melalui *keyword* diharapkan nantinya dapat memberikan visualisasi yang menarik dan sesuai dengan segmentasi yang telah dituju sebagai upaya menginformasikan serta menarik minat para pecinta wisata grosir pakaian di luar maupun dalam kota Surabaya sendiri, seperti yang telah dijelaskan dalam rumusan masalah.

4.5.2 Strategi Kreatif

a. Headline dan Sub Headline

Headline yang digunakan untuk merancang buku fotografi wisata grosir pakaian di kota Surabaya adalah “Travel Guide Pasar Grosir Surabaya”. Pemilihan headline tersebut diambil dari beberapa pendapat dari beberapa kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing dengan keterkaitan buku yang berisi tentang kesederhanaan dari pasar yang penuh dengan berbagai kegiatan serta menjelaskan seperti lokasi, suasana dalam pasar, dan di sekitar kawasan pasar agar semua wisatawan mengetahui tempat lokasi, kegiatan, dan apa saja barang yang dijual di pasar tersebut. Dan sub headline pada perancangan buku ini adalah “Barang Hebat Harga Hemat” untuk menyampaikan bahwa di kota Surabaya juga memiliki wisata belanja grosir yang murah dan meriah untuk dikunjungi, dengan

headline dan sub headline, diharapkan wisatawan yang gemar belanja grosir agar tertarik untuk berbelanja ke pasar kapasas.

b. Ukuran buku

Dalam perancangan buku ini, dipilih ukuran buku *medium* dengan panjang 20cm x lebar 20cm. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan ukuran yang sesuai, serta memudahkan penempatan foto serta tulisan dengan perbandingan 70% berbanding 30%. Perbandingan lainnya dengan menggunakan ukuran dan perbandingan ini karena *legibility* (keterbacaan, sifat mudah dibaca) yang diutamakan, untuk menghindari kebosanan saat membaca buku tersebut.

c. Jenis Layout

Jenis layout yang digunakan untuk perancangan buku ini adalah dengan *Mondrian layout* dengan diberikan sentuhan *Window Layout*. Jenis layout *Mondrian* yaitu layout yang memiliki desain asimetri dengan mengacu pada bentuk *square/landscape/portrait*, dimana masing-masing bidangnya memiliki penyajian yang memuat gambar/tulisan yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual menurut buku Kusrianto dengan diselingi *window layout* tampilan gambar yang besar menjadi ciri utama tata letak ini, dan diikuti dengan headline, keterangan gambar hanya memiliki porsi yang kecil. Ide yang dipilih dan disempurnakan ke dalam bentuk layout kasar dan dikerjakan secara manual atau biasa disebut dengan sketsa layout. Setelah beberapa desain

dipilih barulah digunakan acuan layout untuk dikerjakan dengan menggunakan *software* komputer.

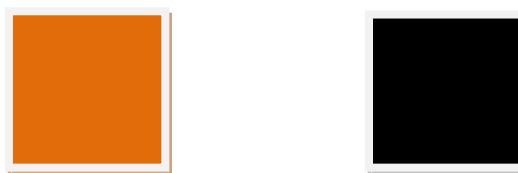
d. Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam buku wisata belanja grosir kota surabaya adalah Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia dipilih karena merupakan bahasa resmi bagi bangsa Indonesia, dengan memilih bahasa Indonesia audiens dapat memahami dengan mudah dan mencerna apa yang telah dijelaskan dalam isi buku.

e. Warna

Warna oranye, dan hitam adalah warna yang dominan memiliki makna yang sesuai dengan *Keyword* yang ada. Oranye melambangkan sosialisasi, keceriaan, kehangatan, segar, semangat dan energi (Anggraini S. dan Nathalia, 2014: 38).

warna hitam memiliki sifat warna yang kuat dan percaya diri, penuh perlindungan, maskulin, elegan, dramatis dan misterius (Anggraini S. dan Nathalia, 2014: 38).



Gambar 4.4 Warna Oranye dan Hitam

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Dengan dasar warna oranye dapat membuat produk akan terlihat elegan. Maka dapat disimpulkan dari analisis penulis maka buku wisata

belanja grosir kota surabaya berbasis fotografi ini menggunakan beberapa elemen warna yaitu oranye dan hitam. warna tersebut digunakan karena terkait pada *keyword* yang telah di temukan yaitu “elegant” dari kata-kata ini dapat diuraikan bahwa “elegant” dilambangkan pada warna oranye dan hitam. Pemilihan warna diambil dari beberapa pendapat dari beberapa kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing

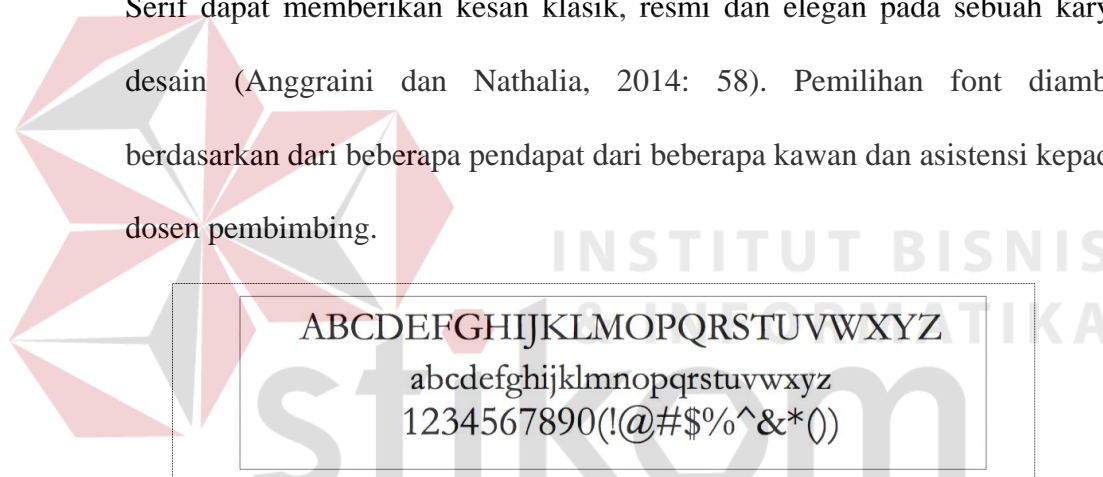
f. Tipografi

Font yang digunakan dalam buku wisata pasar grosir pakaian kota surabaya berbasis fotografi ini untuk headline menggunakan font “MAGNIFICENT” pemilihan font tersebut jenis serif yang mempunyai kaki atau sirip berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca yang cukup tinggi. Kaki-kaki berfungsi untuk memudahkan membaca teks kecil dengan carak baris yang sempit. Serif dapat memberikan kesan klasik, resmi dan elegant pada sebuah karya desain (Angraini dan Nathalia, 2014: 58).



Gambar 4.5 FONT MAGNIFICENT
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Sedangkan untuk isi konten atau isi setiap halaman dalam buku ini menggunakan font “GARAMONT” karena kensistensi yang akan dibuat dalam buku ini, sekaligus karakter dari pemilihan font tersebut jenis serif yang mempunyai kaki atau sirip berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan baca yang cukup tinggi. Kaki-kaki berfungsi untuk memudahkan membaca teks kecil dengan carak baris yang sempit. Serif dapat memberikan kesan klasik, resmi dan elegan pada sebuah karya desain (Anggraini dan Nathalia, 2014: 58). Pemilihan font diambil berdasarkan dari beberapa pendapat dari beberapa kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.



Gambar 4.6 FONT GARAMONT
 Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

4.6 Strategi Media

Strategi media adalah siasat atau kebijakan dan langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dalam proses brand awareness, strategi media dibentuk oleh targer audience dengan paduan media yang terdiri dari pilihan media yang digunakan nantinya agar mampu menjadi bagian dari acara pameran.

media yang digunakan dalam perancangan karya ini dibagi menjadi 2(dua) bagian, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama dari perancangan

ini adalah bagian yang diutamakan yaitu buku *travel guide* wisata belanja pakaian grosir kota Surabaya berbasis fotografi. Media pendukung dari perancangan adalah Pembatas bab, Poster, Kaos, Stiker, dan Gantungan kunci yang bertujuan untuk membantu publikasi media utama.

1. Buku wisata belanja pakaian grosir kota Surabaya berbasis fotografi

Buku ini sebagai acuan dalam proses *brand awareness* nantinya dan sebagai media utama yang akan digunakan dalam proses strategi media. Ukuran yang diimplementasikan pada ukuran buku ini adalah 20cm x 20cm. Cover dari buku ini decetak dengan menggunakan *hard cover* dengan laminasi doff untuk memberikan kesan menarik pada buku. Jenis kertas yang digunakan pada cover adalah *art paper full colour*, dan pada isi menggunakan kertas *art paper* ukuran 150grm *full colour* dua sisi. Dengan minimal isi buku 24 halaman

2. Media Pendukung

a. Pembatas Bab

Bertujuan untuk memisahkan antar bab dan memperindah halaman agar memunculkan kesan yang enak dilihat dan rapi.

b. Poster

Poster adalah media pendukung yang berperan sebagai media propaganda dan pelengkap untuk mendapatkan perhatian dari para audiens.

c. Kaos

Media ini digunakan untuk mendapatkan perhatian dan rasa keingin tahaun kepada para audiens.

d. Stiker

Media ini juga berperan dalam promosi untuk mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu seperti menjelaskan ajakan, himbauan, dan petunjuk.

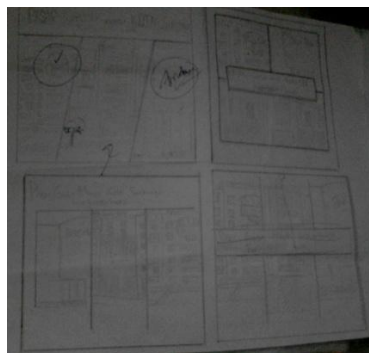
e. Gantungan Kunci

Gantungan kunci ini berperan sebagai media promosi secara tidak langsung karena media ini diharapkan memberi rasa keingin tahun terhadap dara audies yang telah melihatnya.

4.6.1 Alternatif Sket Desain

Alternatif sket desain ini dapat dilihat pada gambar 4.5 dan cover terpilih pada 4.6,dalam hal ini penulis menggunakan punggung buku hanya memberikan headline “Wisata belanja murah Surabaya” dan tagline “nikmati belanjamu” bertujuan untuk mempermudah pencarian ketika buku di tumpuk, karena isi pada buku menggunakan ukuran kertas 150grm, menjadikan ketebalan buku kurang dari satu centimeter dikhawatirkan tidak mencukupi untuk teks pada punggung buku nantinya, adapun diberikan teks pada punggung buku nantinya font akan terlihat kecil.

1. Sket Cover Buku



Gambar 4.7 Sketsa Alternatif Desain Layout Cover Buku

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Gambar 4.6 terdapat empat gambar alternatif desain sket layout diantaranya adalah jenis modrian layout, alternatif ini dibutuhkan untuk mendapatkan hasil cover buku yang nantinya dijadikan sebagai acuan desain layout cover yang sesuai dengan keyword yang telah dipilih. Sketsa yang telah terpilih adalah desain alternatif layout cover nomer 1 dapat dilihat pada gambar 4.6. Desain cover ini nantinya akan dijadikan acuan dari semua media pendukung lainnya, karena media buku tersebut adalah media utama.



Gambar 4.8 Desain Layout Cover Buku Terpilih

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Hasil desain sket cover di atas diperoleh dari hasil asistensi dengan dosen pembimbing, dimana dari empat alternatif desain sket tersebut dipilih satu untuk dijadikan acuan desain cover buku *travel guide* wisata belanja grosir kota Surabaya.

2. Desain sket layout isi buku



Gambar 4.9 Sketsa Desain layout isi buku

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Desain sket layout isi buku ini nantinya ada beberapa sketsa, seperti pada gambar 4.7 dan 4.8. Karena untuk menghemat halaman pada laporan maka hanya mencantumkan 8 desain layout , dan sketsa ini nantinya akan menjadi acuan desain pada implementasi karya pembuatan buku *travel guide* wisata belanja kota Surabaya.

3. Desain sket poster

Desain sket poster yang menggunakan ukuran 43cm x 32cm, poster dicetak menggunakan bahan kertas art paper ukuran 210grm. media poster ini bertujuan untuk bagian dari visualisasi buku tetapi dengan media luar ruangan sketsa poster dapat di lihat pada gambar 4.10.



Gambar 4.10 Sketsa Desain Poster

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

4. Sketsa desain kaos



Gambar 4.11 Sketsa Desain Kaos

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti,2016)

Desain sket kaos pada gambar 4.11 tersebut memberikan penjelasan yang digunakan untuk mendapatkan perhatian dan rasa keingintahuan kepada para audiens.

4.6.2 Alternatif Digital

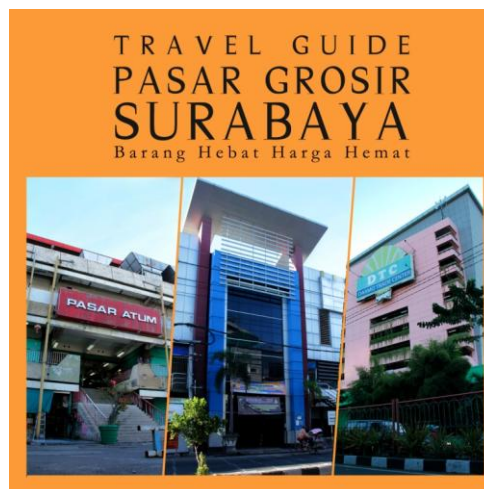
1. Desain Cover



Gambar 4.12 Alternatif Digital Desain Cover Depan

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada gambar diatas ditampilkan 6 alternatif digital desain cover depan pada buku “Travel Guide Pasar Grosir Surabaya”. Alternatif desain yang mengacu pada sketsa yang terpilih sesuai *keyword* yang dijadikan sebagai acuan desain digital pada cover buku. Alternatif digital tersebut terdapat perbedan mulai dari layout, penempatan gambar, dan warna dan bentuk foto atau gambar pasar.



Gambar 4.13 Digital Desain Cover Depan Yang Terpilih

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Hasil digital desain cover di atas diperoleh dari hasil asistensi dengan dosen pembimbing, dimana dari empat alternatif desain sket tersebut dipilih satu untuk dijadikan acuan desain cover buku *travel guide* wisata belanja grosir kota Surabaya.

4.7 Implementasi Desain

Dari sketsa desain yang telah dibuat pada masing-masing media utama dan media pendukung, maka akan akan terpilih satu desain sebagai acuan untuk semua media maupun pembuatan buku *travel guide* pasar grosir berbasis fotografi dengan desain cover sebagai acuan dari semua media nantinya dan media utama serta media pendukung antara lain sebagai berikut:

4.7.1 Implementasi Buku Travel Guide

Pertimbangan pemilihan media ini adalah sesuai dengan judul laporan, dimana media yang digunakan adalah media buku, buku ini nantinya seperti

halnya buku *travel guide* lainnya dimana setiap destinasi wisata akan menunjukkan peta dan lokasi sekitar wisata, akan tetapi buku *travel guide* ini juga akan menunjukkan beberapa informasi setiap pasar .

1. Cover Depan Buku

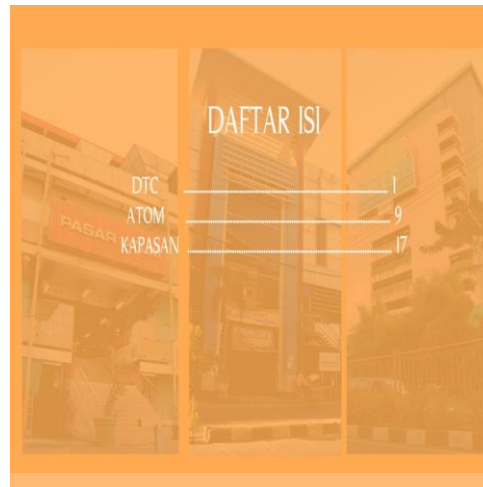
Media ini diimplementasikan menggunakan ukuran 20cm x 20cm, Cover buku ini dicetak dengan menggunakan hardcover untuk memberikan kesan elegan pada cover buku. dengan sistem cetak offset *full colour*, dan pada isi menggunakan art paper 150grm full colour.



Gambar 4.14 Digital Desain Cover Depan

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

2. Daftar isi



DAFTAR ISI	
DTC	1
ATOM	9
KAPASAN	17

Gambar 4.15 Daftar Isi

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Daftar isi ini diupayakan untuk mempermudah pembaca dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Dengan adanya daftar isi, pembaca dapat memilih apa yang akan dilihat halaman setiap destinasi dari wisata belanja yang diinginkan Pembatas Bab

3. Pembatas Bab

Pembatas bab ini bertujuan sebagai pemisah antar halaman isi bab dengan yang lainnya dan akan memunculkan kesan yang enak dilihat dan rapi. Desain batas bab diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.



Gambar 4.16 Desain Pembatas Bab
 Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

a. Digital desain isi buku



Gambar 4.17 Halaman 1-8
 Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman 1 menjelaskan tentang sejarah singkat dan beberapa penjelasan mengenai Pasar DTC itu sendiri, halaman 2 akan menjelaskan tentang lokasi dari pasar, dan halaman 3-8 akan menjelaskan tentang kegiatan yang ada di pasar.



Gambar 4.18 Halaman 9-16

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman 9 menjelaskan tentang sejarah singkat dan beberapa penjelasan mengenai Pasar ATOM itu, pada halaman 10 akan menjelaskan tentang lokasi dari pasar, dan halaman 11-16 akan menjelaskan tentang kegiatan apa saja yang ada di pasar ATOM.



Gambar 4.19 Halaman 17-24

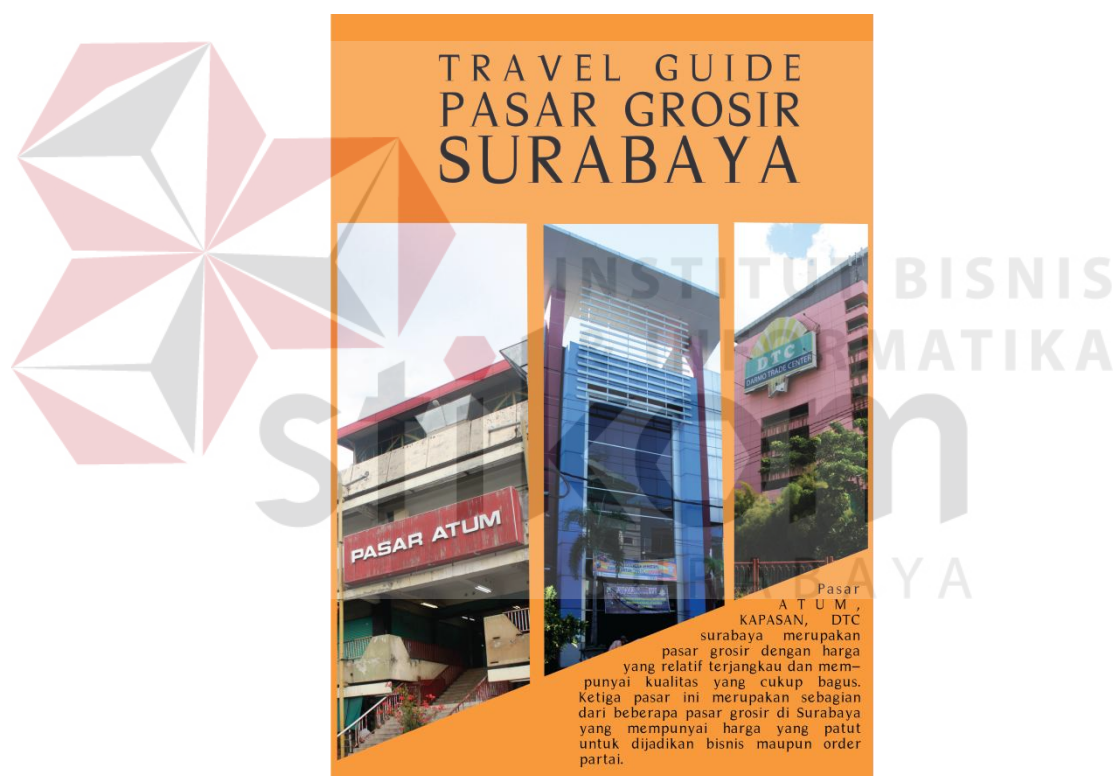
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada halaman 17 menjelaskan tentang sejarah singkat dan beberapa penjelasan mengenai Pasar Kapasan itu, pada halaman 18 akan menjelaskan

tentang lokasi pasar dan sekitaran, dan halaman 19-24 akan menjelaskan tentang kegiatan apa saja yang ada di pasar Kapasan. Dari semua isi buku diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.

4.7.2 Implementasi Desain Media Pendukung

a. Poster



Gambar 4.20 Implementasi Desain Poster

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada poster ini akan menggambarkan 3 pasar yang akan dibahas dalam isi dari buku *travel guide* buku wisata belanja agar menciptakan suasana hangat dan enak dipandang terhadap poster tersebut. Hasil poster ini diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing.

b. Kaos



Gambar 4.21 Implementasi Desain Kaos

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain sket kaos pada gambar 4.22 tersebut memberikan penjelasan yang digunakan untuk mendapatkan perhatian dan rasa keingin tahuan kepada para audiens.

c. Stiker



Gambar 4.22 Implementasi Desain Stiker

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Stiker di desain seperti pada gambar 4.23 secara audiens langsung audiens telah informasikan bahwa adanya pasar grosir di kota Surabaya dengan ukuran stiker 13cm x 8cm. Desain stiker diambil dari beberapa pendapat atau usulan

dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing dan pemilihan dari beberapa alternatif.

d. Pembatas Buku



Gambar 4.23 Desain Pembatas Buku
Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain pembatas Buku bertujuan agar menjadi media yang sering digunakan untuk mempermudah para pembaca yang mempersingkat pencarian halaman setelah membaca halaman tersebut di kemudian hari. Media ini didapat dari beberapa usulan serta asistensi kepada dosen pembimbing dan dipilih dari beberapa alternatif.

e. Desain Gantungan Kunci

Desain gantungan kunci ini berbentuk bulat bertujuan untuk menarik perhatian secara tidak langsung untuk melihat media ini dan memberikan kesan menarik maka dari itu gantungan dicetak berbentuk bulat. Desain gantungan kunci diambil dari beberapa pendapat atau usulan dengan kawan dan asistensi kepada dosen pembimbing dan pemilihan dari beberapa alternatif.



Gambar 4.24 Desain Gantungan Kunci

Sumber : (Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.8 Produksi Buku

Produksi biaya media ini membahas tentang penghitungan dana untuk mencetak Buku Travel Guide Belanja Grosir Pakaian Kota Surabaya :

a) **Tingkatan Harga Pokok Produksi Cetak**

Harga pokok produksi dapat dikatan sesuai dengan harga yang ditawarkan terhadap order pencetakan buku dan kualitasnya. Agar lebih efisien penulis akan memilih menggunakan sistem cetak yang sesuai dengan kebutuhan.

b) **Ketepatan Jadwal Produksi**

Penetapan harga akan lebih baik jika jadwal produksi yang selesai dengan tepat waktu. Ketepatan waktu untuk produksi penyerahan hasil cetak sangat penting dan mempengaruhi kredibilitas dan profit dari percetakan.

c) **Kelancaran Waktu**

Penyerahan buku ke penerbitan sesuai dengan jadwal produksi maka penerbit akan memperoleh ketepatan waktu edar yang akan mempengaruhi laku atau tidaknya buku.

d) Penghitungan Harga Cetak

Harga cetak buku harus diperhitungkan dengan rumusan-rumusan yang akan menentukan harga buku tersebut.

Buku *travel guide* wisata belanja grosir pakaian ini berukuran 20cmx20cm, total halaman adalah 24 halaman bolak-balik, apabila dihitung sekitar 12 lembar untuk isi dan 2 lembar untuk isi cover depan dan belakang, memakai kertas artpaper ukuran 150grm dengan cetak hardcover menggunakan laminasi dan isi buku dengan menggunakan ukuran 150 grm, 1 lembar plano dapat mencukupi 4 lembar kertas ukuran A3+, 1 kertas A3+ dengan ukuran buku 20cmx20cm dapat mencukupi 4 lembar buku halaman isi buku bolak balik dan apa bila di cetak bolak balik akan menghasilkan 8 halaman isi buku. Per 1 lembar plano ukuran 65cmx100cm dapat mencukupi 16 lembar isi buku.

1. Biaya Cetak Isi Buku

- a. Harga cetak/sisi(1100exp+waste) =Rp 8.300.000
- b. 12 lembar isi buku:16 lemabar Plano = 0,75 Plano
- = 0,75 x 2 (cetak bolak balik)
- = 1,5
- = 1,5 x Rp. 8.300.000
- = Rp. 12.450.000

2. Biaya Kertas

- a. Harga/plano = Rp. 2.500
- = Rp. 2.500 x 1,5 = Rp. 3.750

	= Rp. 3.750 x Rp. 1.100
	= Rp. 4.125.000
3. Biaya Cetak Isi Buku + Kertas	=Rp.12.450.000+Rp.4.125.000
	= Rp. 16.575.000
4. Biaya Cetak Cover	
a. Harga cetak cover/2 sisi(1100exp)	= Rp. 50.000
b. Harga/Plano 2sisi	= Rp. 2.500 : 2 = Rp. 1.250
	= Rp. 1.250 x Rp. 1.100
	= Rp. 1.375.000
c. Harga kertas cover + harga cetak	=Rp.1.375.000 + Rp.50.000
d. Biaya cetak cover	= Rp. 1.450.000
5. Biaya laminasi	
a. Harga laminasi	= Rp 0,50
b. Panjang + tinggi buku	= 20cm x 20cm = 400cm
	= 400cm x 2 = 800cm
	= 800cm x 1.100 = 880.000
6. Biaya Cetak Cover + Laminasi	=2.330.000
7. Biaya Jilid Hard Cover	
a. Biaya Jilid	= Rp.30.000,-
b. 30.000 x 2 lembar x 1.100 exp+waste	= Rp.66.000.000
8. Total Produksi	
Biaya cetak isi buku + biaya Kertas	=Rp.16.575.000

Biaya cetak cover + laminasi	= Rp.2.330.000
Biaya binding	= Rp.66.000
	= Rp.84.905.000

9. Harga Jual Buku

(Total produksi : exp) = Rp77.186 (dibulatkan menjadi Rp.78.000)

10. Titik Impas

Harga total produksi : harga jual	= Rp.84.905.000:Rp.78.000
	= 1.088 buku terjual

11. Laba Bersih

(Harga buku x 10%) x exp	= (Rp.7.800) x 1000
	= Rp.7.800.000

12. Laba Kotor Penerbit

(Harga buku – Laba penulis/buku) x exp	=(Rp.78.000Rp.7.800) x1.000
	= Rp. 7.722.000

