



**PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKASI KREATIF UNTUK
PENGGEAR K-POP PEREMPUAN SEBAGAI UPAYA MENGUBAH
STIGMA NEGATIF MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR



Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

ADELIA ROSIANA

16420100050

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

**PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKASI KREATIF UNTUK
PENGGEAR K-POP PEREMPUAN SEBAGAI UPAYA MENGUBAH
STIGMA NEGATIF MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program

Sarjana Desain Komunikasi Visual

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Disusun Oleh :

Nama : Adelia Rosiana

NIM 16420100050

Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

Tugas Akhir

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKASI KREATIF UNTUK PENGGEAR K-POP PEREMPUAN SEBAGAI UPAYA MENGUBAH STIGMA NEGATIF MASYARAKAT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Adelia Rosiana

NIM : 16420100050

Telah diperiksa, dibahas dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada : Surabaya, 14 Agustus 2020

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

I. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN: 0720028701

II. Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN: 0726027101

Pembahas:

Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom.,ACA

NIDN: 0716127501



Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2020.08.28
09:20:34 +07'00'




Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2020.08.28
09:39:21 +07'00'



Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date:
2020.08.28
09:49:05 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana



Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2020.09.02
10:30:55 +07

Dr. Jusik

NIDN:0708017101

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO



You can give up, you can be bad at things, you can be weird, its okay if other criticize you, that's just the way you are. You don't have to be perfect. But you have to make sure that you have faith in yourself!

LEMBAR PERSEMBAHAN



Kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta, teman-temanku yang kusayangi dan untuk seluruh member NCT yang selalu memberi saya motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya:

Nama : Adelia Rosiana
NIM : 16420100050
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir
Judul Karya : PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI EDUKASI
KREATIF UNTUK PENGEMAR K-POP PEREMPUAN
SEBAGAI UPAYA MENGUBAH STIGMA NEGATIF
MASYARAKAT

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalti Fee Right) atas seluruh isi/bagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (database) untuk selanjutnya diidistribusikan dan dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli Saya, bukan plagiat bagi Sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya. Dengan surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Agustus 2020



Adelia Rosiana
16420100050

ABSTRAK

Perancangan buku ilustrasi ini sebagai bentuk media edukasi kreatif yang akan membimbing, memotivasi dan memberikan informasi kepada penggemar K-Pop perempuan agar dapat memanfaatkan hobinya dengan baik. Berkaca dari permasalahan tentang obsesif dan konsumtifnya seorang penggemar K-pop secara tidak langsung memunculkan stigma negatif yang masih ada di masyarakat. Untuk itu, perancangan ini bertujuan agar buku ilustrasi ini bisa memberikan motivasi dan inspirasi kepada penggemar K-Pop perempuan untuk bisa memanfaatkan hobinya secara kreatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan didapatkan hasil final *keyword* yaitu kata '*Impression*' yang berarti sebuah kesan yang secara tidak langsung akan mempengaruhi tindakan. Media utama buku ilustrasi ini berukuran A5 dengan jumlah 59 halaman. Buku ini akan memuat hal-hal positif yang dapat penggemar K-Pop lakukan dan beberapa tips kreatif didalamnya. Media pendukung buku ilustrasi ini diimplementasikan ke dalam berbagai bentuk merchandise seperti *x-banner*, *postcard*, *bookmark*, *keychain*, kalender dan *daily planner*. Buku ilustrasi ini juga akan dipublikasikan secara *online (e-book digital)* dan *offline (printed book)* didukung dengan media promosi yang akan dilakukan melalui sosial media seperti instagram.

Kata Kunci : Penggemar K-Pop, Buku Ilustrasi, Edukasi Kreatif

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Buku Ilustrasi Edukasi Kreatif Untuk Penggemar K-Pop Perempuan Sebagai Upaya Mengubah Stigma Negatif Masyarakat”**. Laporan ini disusun untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian tugas akhir, terutama kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua tercinta yang sudah memberikan dukungan dan semangat selamat proses pembuatan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
4. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama proses penelitian berlangsung.
5. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah memberi masukan yang bermanfaat dan mendukung selama proses penelitian ini.
6. Bapak Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom.,ACA selaku Dosen penguji saya yang selalu memberikan masukan positif dan memberikan dukungan selama berlangsungnya kolokium.
7. Untuk teman-temanku tersayang yang tidak bisa disebutkan satu per satu terima kasih atas dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini.
8. Serta terima kasih untuk keluarga besar NCT dan semua member yang telah

memberikan motivasi dan inspirasi. Terima kasihku teruntuk Lee Taeyong yang senantiasa selalu ada menghibur dikala lelah dan terima kasih untuk konten-konten yang diberikan selama ini sehingga dapat menghibur dan menjadi pemicu semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga laporan kerja praktik ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Surabaya, Agustus 2020



Adelia Rosiana
NIM 16420100050
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan	5
1.5 Manfaat	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Fangirl.....	8
2.3 Media Edukasi	10
2.4 Buku.....	11
2.5 Ilustrasi.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Metode Penelitian	17
3.2 Unit Analisis	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.4 Teknik Analisa Data	18
BAB IV PEMBAHASAN	20
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	20
4.2 Analisa Data.....	24
4.3 Konsep atau Keyword.....	26
4.4 Konsep Prancangan Karya.....	31
BAB V PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	3
Gambar 4.1	20
Gambar 4.2	22
Gambar 4.3	23
Gambar 4.4	23
Gambar 4.5	32
Gambar 4.6	33
Gambar 4.7	34
Gambar 4.8	35
Gambar 4.9	35
Gambar 4.10	36
Gambar 4.11	36
Gambar 4.12	39
Gambar 4.13	40
Gambar 4.14	40
Gambar 4.15	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	7
Tabel 4.1.....	29
Tabel 4.2.....	30
Tabel 4.3.....	37
Tabel 4.4.....	38
Tabel 4.5.....	39
Tabel 4.6.....	40



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

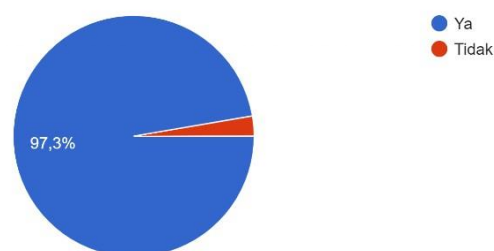
Kemajuan teknologi yang berkembang pesat memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia juga dunia. Apapun bisa dijangkau dengan mudah hanya dengan internet. Kemajuan era globalisasi ini mempermudah jalan bagi budaya luar cepat masuk ke dalam negeri. Salah satunya budaya *Korean wave/ K-Pop*. Berbicara tentang K-Pop juga tak akan lepas dari *fandom*. *Fandom* merupakan perkumpulan penggemar yang menyukai grup idola yang sama. Dalam fandom itu sendiri bercabang lagi, dibedakan menjadi penggemar laki-laki (*fanboy*) dan penggemar perempuan (*fangirl*). Dalam hal obsesi dan fanatisme, *fangirl* menunjukkan diri sebagai penggemar yang lebih loyal terhadap idolanya dibanding dengan penggemar laki-laki.

Seperti penelitian yang dilakukan Nastiti Aulia berjudul “*Korean Wave di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet*” dijelaskan jika penggemar K-Pop cenderung obsesif dan konsumtif. Melihat fakta yang cukup umum di sosial media, mereka rela menabung hanya untuk membeli album music ketika grup idola mereka melakukan comeback dengan lagu baru, membeli *merchandise official*, mengikuti *fansign* (event tanda tangan antara fans dengan idol) dan mendukung penuh sang idola di berbagai acara musik dengan melakukan *voting*.

Dasar dari seorang penggemar khususnya penggemar K-pop melakukan pembelian pada berbagai barang terkait idolanya adalah karena mereka memiliki salah satu dari empat karakteristik fanatisme yang dikemukakan oleh Thorne dan Bruner (2006). Empat karakteristik tersebut yaitu (1) keterlibatan internal; (2) keterlibatan eksternal; (3) keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan objek fanatik; dan (4) interaksi sosial dan makna pribadi. Menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang berkaitan dengan idola termasuk kedalam karakteristik keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan objek fanatis. Individu mempunyai keinginan untuk membeli guna menimbulkan perasaan senang yang diinvestasikan dengan berbagai makna cinta, hormat, pengakuan dan status serta membuat mereka merasa selalu dekat dengan idolanya.

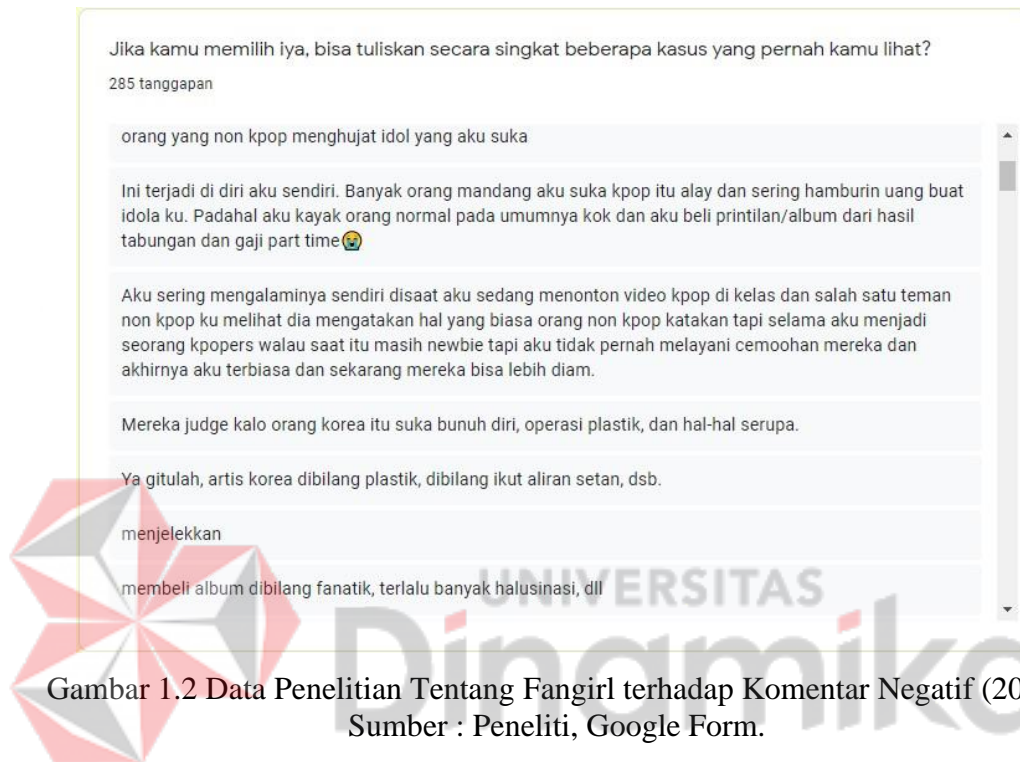
Perilaku konsumtif dan berlebihan seperti itu memunculkan stigma negatif yang bersifat umum di kalangan masyarakat. Fakta ini juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan secara online dengan melibatkan 200 orang penggemar di seluruh Indonesia.

Pernahkah kamu tahu/melihat orang awam (non kpop) suka memandang miring fans kpop?
297 tanggapan



Gambar 1.1 Data Penelitian Tentang Fangirl terhadap Komentar Negatif (2020)
Sumber : Peneliti, Google Form.

Dari data diatas menunjukkan jika hampir semua *responder* mengaku pernah mengalami atau melihat hal tersebut. Berikut beberapa kasus yang sering kali terjadi.



Gambar 1.2 Data Penelitian Tentang Fangirl terhadap Komentar Negatif (2020)
Sumber : Peneliti, Google Form.

Dari data diatas dapat disimpulkan jika stigma masyarakat tentang para penggemar K-Pop terutama fangirl yaitu negatif. Sebagai upaya mengubah stigma negatif masyarakat akan fangirl dirancanglah buku ilustrasi. Memanfaatkan fanatisme, obsesi yang berlebih sebagai sesuatu yang lebih produktif dan menghasilkan keuntungan. Yaitu dengan memberikan edukasi-edukasi kreatif yang bisa memberikan motivasi penggemar untuk tidak menjadikan fangirl sebagai hobi semata namun bisa menjadi sumber penghasilan dan mengundang prestasi lainnya. Ada banyak hal positif yang bisa dilakukan beberapa contoh nyatanya dengan menjadi *seller album*, *penulis novel*, *youtuber*, *merchandise designer*, *influencer*, penerjemah dan masih banyak lagi yang akan dibahas didalam buku.

Perancangan buku ilustrasi dipilih karena buku dinilai cukup efektif dan memuat banyak informasi yang diperlukan. Menurut Lawrence Zeegen (2009 : 24) Buku ilustrasi memiliki peran formatif dalam pendidikan visual melalui pesan dan sarana informasi. Buku ilustrasi memiliki makna yang terpisah, terdiri dari buku dan ilustrasi. Ilustrasi dijadikan sebagai pemicu visual pesan-pesan yang ingin disampaikan, dapat membangun daya tarik emosional dan juga sebagai desain antarmuka web dan mobile. Buku Ilustrasi belakangan ini cukup populer dan digemari kalangan remaja seperti buku populer dari Naela Ali (pencipta buku *Story of Rainy Days*), Marchella FP (pencipta buku NKCTHI), Lala Bohang (pencipta buku *The Book Of Invisible Questions*). Selain itu, belum pernah ada yang merancang buku ilustrasi edukasi kreatif khususnya untuk fangirl atau penggemar K-Pop perempuan sebelumnya. Jadi diharapkan buku ilustrasi ini dapat membantu para penggemar K-Pop khususnya fangirl agar dapat memanfaatkan hobinya dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut: *“Bagaimana perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif untuk penggemar K-Pop perempuan sebagai upaya mengubah stigma negatif masyarakat”*

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang bertujuan sebagai acuan perancangan pokok penelitian agar tidak meluas dan melebar tidak terkondisikan, sebagai berikut:

1. Penelitian ini fokus pada perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif untuk fangirl sebagai upaya mengubah stigma negatif masyarakat.
2. Buku ilustrasi akan dirancang dalam dua versi yaitu *e-book* (buku digital) dan *print book*.
3. Media pendukung yang akan dirancang selain buku ilustrasi adalah *x-banner*, *stiker set*, *keychain*, *bookmark*, *kalender daily planner* dan *postcard*.

1.4 Tujuan

Tujuan yang diharapkan dengan adanya buku ini bisa memberikan motivasi dan inspirasi kepada fangirl untuk bisa memanfaatkan hobi dengan kreatif sehingga dapat mengubah stigma negatif masyarakat.

1.5 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

- b. Dapat menambah pengetahuan tentang perancangan buku ilustrasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Bagi penulis, diharapkan buku ini dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana merancang buku ilustrasi, mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah dipelajari sebelumnya.
- b. Bagi pembaca, diharapkan buku ini dapat memotivasi dan menginspirasi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Untuk mendukung proses penelitian, dibutuhkan data-data penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan teori yang relevan dengan topik yang diangkat agar bisa dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya.

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Variebel Terkait
Siti Hardini, Yanuar Rahman (Telkom University).	Perancangan Buku Ilustrasi Kesehatan Untuk Wanita Karir	Buku kesehatan ini diharapkan dapat mengajak masyarakat khususnya kalangan wanita karir untuk tetap menjaga pola hidupnya dengan baik, sehingga dapat mengurangi resiko terkena penyakit dan dapat bekerja secara produktif.	Mengedukasi para wanita karir untuk tetap menjaga pola hidup dengan baik.
Dalam buku ilustrasi karya Siti Hardini dan Yanuar Rahman, konsep ilustrasi yang dipilih menggunakan jenis <i>vector/flat design</i> . Pemilihan warna disesuaikan dengan warna-warna pola hidup sehat seperti oranye dan hijau. Juga cover buku merupakan ilustrasi dari seorang wanita karir.			

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu
Sumber : Hasil olahan peneliti terkait, 2018

Penelitian terdahulu ini menjadi acuan penulis dalam merancang sebuah buku ilustrasi sehingga penulis dapat memperkaya ilmu dan teori dengan mengkaji penelitian terdahulu. Berikut salah satu penelitian terdahulu yang terkait dengan

judul penulis. Berdasarkan penelitian terdahulu berjudul “Perancangan Buku Ilustrasi Kesehatan Untuk Wanita Karir” oleh Siti Hardini, Yanuar Rahman (Telkom University). Metode yang digunakan adalah metode deskriptif observasi gambar dan literatur. Perancangan menggunakan buku kesehatan dalam mengajak kalangan pekerja menjalani hidup sehat. Konten dan ilustrasi disesuaikan agar dapat menyampaikan pola hidup sehat dengan menyenangkan. Observasi, studi pustaka, wawancara serta kuesioner dilakukan sebagai metode dalam mengumpulkan data serta metode matriks dalam menganalisis buku.

2.2 Fangirl

Bagi sebagian orang, kata *fangirl* masih dirasa asing. *Fangirl* merupakan sebutan untuk fans perempuan. Aktivitasnya biasa disebut *fangirling*. (www.pijarpsikologi.org)

Dasar dari seorang penggemar khususnya penggemar Kpop melakukan pembelian pada berbagai barang terkait idolanya adalah karena mereka memiliki salah satu dari empat karakteristik fanatisme yang dikemukakan oleh Thorne dan Bruner (2006). Empat karakteristik tersebut yaitu (1) keterlibatan internal; (2) keterlibatan eksternal; (3) keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan objek fanatik; dan (4) interaksi sosial dan makna pribadi. Menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang berkaitan dengan idola termasuk kedalam karakteristik keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan objek fanatis. Individu mempunyai keinginan untuk membeli guna menimbulkan

perasaan senang yang diinvestasikan dengan berbagai makna cinta, hormat, pengakuan dan status serta membuat mereka merasa selalu dekat dengan idolanya.

Rasa suka dan kagum yang tumbuh dalam diri penggemar berkembang karena rasa candu atau addiction yang dimiliki remaja penggemar K-Pop, hal ini terlihat dari intensitas mereka menghabiskan waktu untuk idola nya di K-Pop (Putri, 2019).

Dalam kenyataanya, banyak hal positif dan kreatif yang bisa dilakukan para fangirl dalam memanfaatkan hobinya:

2.2.1 Online Shop

Dengan membuka online shop juga dapat menambah pundi-pundi keuntungan. Seperti menjual album musik, merchandise kreatif, skincare dan produk-produk korea lainnya. Menyadari betapa banyak penggemar K-Pop di Indonesia bisnis satu ini layak untuk dicoba.

2.2.2 Fanartist

Fanart bisa didefinisikan sebagai sebuah karya seni berupa gambar yang dibuat oleh seseorang, di mana gambar tersebut menyerupai atau merujuk pada suatu tokoh atau karakter tertentu yang sudah ada sebelumnya. Tokoh atau karakter tersebut bisa berasal dari tokoh idola. Ada web khusus yang bisa digunakan untuk memamerkan fanart K-Pop, contoh saja *Fanbook* (www.fanbook.me). Laman khusus yang digunakan untuk memamerkan karya ilustrasi kreatif penggemar. Jika beruntung, karya ilustrasi terpilih akan mendapat *reward* dari idol berupa tanda tangan ataupun merchandise *official*.

2.2.3 Youtuber/Vlogger

Istilah “vlogger” mengacu pada blogger video yang menggunakan vlog atau videoblog mereka untuk menyebarkan konten video dari platform video. Vlogger adalah kependekan dari videoblogger, aktivitasnya digambarkan sebagai vlogging atau jurnalisme video. Dalam hal ini, membuat konten seperti *unboxing video* album, membuat *cover dance video* atau *sing cover video*, membuat *reaction video* tentang *music video* dan berbagai konten kreatif lain dalam platform Youtube.

2.2.4 Penulis Novel

Berawal dari hobi menulis dan mengarang ternyata dapat menguntungkan. Salah satunya menjadi penulis fanfiction. Fanfiction merupakan cerita fiksi yang dibuat oleh penggemar berdasarkan kisah, karakter atau latar tokoh idola. Menjadi penulis fanfiction belakangan ini cukup populer. Melalui situs Wattpad (www.wattpad.com) seorang penulis fanfiction dapat menerbitkan novelnya ke dalam sebuah buku lewat ajang yang rutin dilakukan wattpad. Nantinya novel atau karya terpilih dapat berkesempatan menerbitkan buku dan diperjual-belikan. Tidak menutup kemungkinan bagi siapa saja yang ingin menerbitkan novel dapat mencobanya.

2.3 Media Edukasi

2.3.1 Pengertian Media Edukasi

Menurut Gagne dan Briggs mengatakan bahwa media pembelajaran atau edukasi dapat memanfaatkannya alat atau material yang mendukung untuk menyampaikan isi materi, bisa terdiri dari buku, *tape-recorder*, video, film, slide

powerpoint, foto, gambar, grafik atau yang paling modern yaitu menggunakan teknologi komputer.

2.3.2 Fungsi Media

Levie Lentz dalam Azhar Arsyad membagi menjadi empat fungsi dari media edukasi, yaitu:

1. **Fungsi Atensi**, yaitu berfungsi untuk menarik perhatian agar bisa berkonsentrasi pada materi.
2. **Fungsi Afektif**, yaitu media yang dapat menyentuh sisi emosi dan sikap agar dapat menikmati sesi pembelajaran.
3. **Fungsi Kognitif**, yaitu media yang digunakan untuk mencapai tujuan dari pembelajaran, memahami dan mengingat informasi atau pesan yang terkandung dalam visual/gambar.
4. **Fungsi Kompensatoris**, media yang khusus diperuntukan untuk orang yang lambat dalam memahami pembelajaran, dapat berupa teks secara verbal.

2.4 Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa buku adalah helai kertas berjilid yang berisikan tulisan untuk dibaca atau kosong untuk ditulis. Buku sebagai sebuah karya publikasi yang memiliki daya tarik tersendiri dari bentuk fisiknya. Buku memiliki format yang mampu menarik perhatian orang untuk membacanya (Kusrianto, Adi, 2006:1).

2.4.1 Layout

Menurut Surianto Rustan, Layout merupakan penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. (Rustan, 2008:2). Layout sendiri terbagi menjadi beberapa jenis:

A. Elemen Layout

Surianto Rustan (2009) menyebutkan bahwa beberapa elemen layout dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. Elemen teks yang terdiri dari : Judul, *deck*, *byline*, *bodytext*, subjudul, *pull quoets*, *caption*, *callout*, *kickers*, *initial caps*, *indent*, *lead line*, spasi, *header & footer* dll.
2. Elemen visual seperti: foto, *artwork*, *infographics*, garis, kotak, *insert*, *point*.
3. *Invisble element* yang terdiri dari margin dan grid.

B. Prinsip Layout

Surianto Rustan, (2009:74) memaparkan bahwa penerapan komposisi elemen-elemen layout harus sesuai dengan prinsip layout:

1. Urutan (*Sequence*)

Dalam desain, tidak semua informasi dapat disampaikan sama kuat karena dapat membuat pembaca kesulitan menangkap pesan. *Sequence* adalah mengurutkan informasi dari yang harus dibaca pertama sampai yang bisa dibaca setelah pesan utama.

2. Penekanan (*Emphasis*)

Dalam desain, penekanan dapat diberikan terhadap informasi yang menjadi pusat perhatian. Penekanan dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya: memberikan ukuran yang jauh lebih besar dibanding elemen lain, memberikan warna yang kontras dengan latar belakang dan elemen lain, meletakkan elemen diposisi yang menarik perhatian, dan menggunakan bentuk yang berbeda dengan sekitarnya.

3. Keseimbangan (*Balance*)

Pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*. Pembagian berat bertujuan menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan.

4. Kesatuan (*Unity*)

Prinsip kesatuan adalah memadukan semua elemen desain agar saling berkaitan dan tersusun dengan tepat.

2.4.2 Tipografi

Menurut Surianto Rustan dalam bukunya tentang Tipografi, Tipografi adalah suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan

tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

2.5 Ilustrasi

2.5.1 Pengertian Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Ilustrasi merupakan gambar atau foto yang mampu memvisualkan isi dari sebuah buku, karangan dan sebagainya. Bisa juga sebagai diagram, desain untuk penghias sebuah sampul. Secara etimologi, ilustrasi berasal dari Bahasa Latin “*Illustrare*” yang memiliki arti menjelaskan atau menerangkan. Ilustrasi berupa visual dari sebuah teks atau kalimat yang berfungsi menarik pembaca (Rohidi, 1984).

2.5.2 Peran Ilustrasi

Tulisan berfungsi untuk menjelaskan dan memahami suatu keterangan. Sedangkan Ilustrasi memiliki peran memudahkan pembaca dalam memahami arti dari bacaan. Ilustrasi sebagai elemen untuk memahami sebuah teks juga sebagai sarana untuk mengungkapkan suatu peristiwa atau kejadian melalui sebuah gambar (Paige, 2004).

2.5.3 Fungsi Ilustrasi

Menurut Arifin dan Kusrianto, terdapat beberapa fungsi dari ilustrasi, yaitu:

- a. Fungsi Deskriptif yaitu berfungsi sebagai pengganti uraian mengenai sebuah bacaan atau tulisan secara verbal yang bersifat naratif memanfaatkan bentuk visual atau gambar agar lebih mudah dipahami.

- b. Fungsi Ekspresif berfungsi mengekspresikan suatu gagasan, perasaan, maksud maupun sebuah konsep yang abstrak.
- c. Fungsi Analitis berfungsi merinci bagian demi bagian dari suatu proses secara detail agar dapat dipahami maksud dan tujuannya.
- d. Fungsi Kualitatif fungsi ini biasanya berupa daftar, table grafik, diagram, foto, gambar, sketsa dan simbol memiliki fungsi yang sama yaitu mempermudah menjelaskan sesuatu.

2.5.4 Jenis Ilustrasi

Secara umum ada dua macam jenis ilustrasi, yaitu:

a. Ilustrasi Manual

Ilustrasi manual adalah gambar yang dihasilkan melalui tangan dan proses pembuatannya menggunakan alat sederhana seperti pensil menghasilkan karya bentuk sebuah visualisasi dari cerita atau peristiwa yang terjadi.

b. Ilustrasi Digital

Ilustrasi Digital merupakan kebalikan dari manual, proses pembuatan ilustrasi digital menggunakan teknologi seperti komputer dan pen tab dengan bantuan media aplikasi edit seperti photoshop dan adobe illustrator. Ada dua macam gambar dapat dihasilkan proses digital, yaitu gambar vektor dan gambar bitmap. Masing masing mempunyai karakteristik dan manfaat yang berbeda.

Vektor tidak akan mengalami perubahan pada saat dibesarkan atau dkecilkan. Gambar vektor merupakan hasil garis, kurva dan bidang. Setiap unsur memiliki *fill* dan *stroke* yang dapat diedit sesuai kreasi. Gambar bitmap adalah gambar yang dibentuk oleh sekumpulan titik yang disebut pixel (picture element). Titik-titik akan

terlihat sebagai sebuah gambar utuh bila melihatnya dari jauh. Melihat gambar tersebut dari dekat atau membesarkannya maka akan muncul sederetan kotak yang berhimpitan. Banyaknya titik akan berpengaruh pada tingkat kejelasan gambar yang sering disebut dengan resolusi.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan ialah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam metode ini penelitian lebih mengutamakan masalah proses dan makna diharapkan penelitian ini dapat memberikan berbagai informasi kualitatif dengan deskripsi atau analisis (Muhadjir, 1996: 243).

3.2 Unit Analisis

3.2.1 Objek Penelitian

Objek utama penelitian ini adalah fangirl. Penelitian ini akan berfokus kepada bagaimana dan apa saja bentuk upaya kreatif yang dapat dilakukan sebagai seorang fangirl.

3.2.2 Subjek Penelitian

Subjek utama dari penelitian ini adalah orang-orang yang telah berhasil dalam memanfaatkan hobinya mejadi sumber penghasilan/pekerjaan. Tokoh-tokoh ini juga akan dijadikan motivator dalam buku agar bisa dijadikan contoh.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Karena kendala yang terjadi, lokasi penelitian dilakukan secara *online*, tidak menutup kemungkinan bahwa *responder* berasal dari seluruh Indonesia.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Observasi

Teknik observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan terhadap gejala perubahan yang tampak pada sebuah penelitian secara sistematis. Pada dasarnya teknik ini digunakan untuk mengamati perubahan sesuatu kondisi atau fenomena sosial di masyarakat kemudian dapat dibedakan antara yang diperlukan dan tidak (Margono, 2007: 159).

3.2.2 Wawancara

Yaitu proses memperoleh informasi dengan cara tanya jawab dengan objek penelitian yang bersangkutan dengan penelitian ini. Proses tanya jawab dilakukan dengan tatap muka antara si pewawancara dan responden dengan sistem wawancara yang dipilih (Nazir, 1988).

3.2.4 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh informasi melalui subjek penelitian, gambar maupun catatan tertulis maupun suatu peristiwa tertentu. Data yang didapatkan kemudian dapat dianalisis menjadi data penting acuan dari sebuah penelitian.

3.4 Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis Triangulasi Data yang merupakan sebuah teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan berbagai sumber data seperti

dokumen, arsip, hasil observasi, wawancara, dll. Ada beberapa macam Triangulasi Data, yaitu:

3.4.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum dan memilah hal-hal penting yang fokus pada tujuan penelitian utama. Mencari tema, pola dan membuang yang tidak perlu. Demikianlah data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah pengumpulan selanjutnya.

3.4.2 Penyajian Data

Data-data yang telah disaring dan didapatkan dianalisa dengan baik agar tidak ada kesalahan yang terjadi. Dalam proses ini data-data yang benar benar-benar dikumpulkan dan disaring. Jika ada data yang kurang ataupun masih ada data yang tidak perlu di masukkan.

3.4.3 Penarikan Kesimpulan

Dalam proses ini, bentuk penyajian data dapat berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Biasanya kesimpulan bisa berupa *keyword* yang bisa diterapkan dalam pembuatan bentuk visual yang direncanakan. Dengan begitu setelah proses panjang nan melelahkan, perancangan buku ini bisa dilakukan berdasar pada *keyword* yang didapat. Selain sesuai, hasil karya akan dapat menyampaikan maksud/pesan yang ingin ditujukan kepada pembaca.

BAB IV

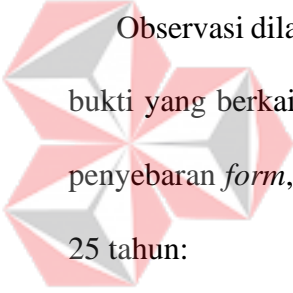
PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya melalui wawancara narasumber, observasi, dokumentasi serta metode penelitian yang digunakan serta teknik pengolahan dalam Perancangan Buku Ilustrasi Edukasi Kreatif untuk Penggemar K-Pop Perempuan Sebagai Upaya Mengubah Stigma Negatif Masyarakat.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

4.1.1 Observasi

Observasi dilakukan sejak bulan Maret – April 2020 dengan mengumpulkan bukti yang berkaitan dengan topik penelitian. Data dibawah didapat dari hasil penyebaran *form*, berikut ulasan dari beberapa penggemar K-Pop berusia 12 – 25 tahun:



Banyak sekali, saya sebutkan disini:

- Jika punya skill editing kita jg bisa membuat merch sendiri lalu dijual (contoh : saycil.noona)
- Punya fansite besar di twitter atau ig (nando_natnat)
- Reseller dan dropshiper jg bisa
- Jastip dan traveller (cindy noona)
- Kalo beruntung bisa jadi MUAnyA:")

Saya banyak melihat fangirl yang buka online shop menjual merch kpop, ada juga yang menjadi translator bahasa korea. Ada juga yang jadi youtuber yg membahas kpop, ada yang dance cover dan cober song

Kalau anda tahu cinun/cindy, ia adalah seorang fangirl yang membeli barang kpop dari hasil fangirlnya. Jual album, lightstick, dll. Buka olshop sendiri jadinya penghasilan dia dibuat untuk fangirling-annya

Karena dari kebucinan ada peluang buat berjualan barang* K-pop yang pasti banyak di sukai para K-popers wkwk

Banyak orang yang bekerja di bidang ini, kaya misalnya, jadi penulis. Aku sendiri orang yang suka nulis dan inspirasi aku menulis, biasanya aku dapetin dari bias-bias aku, dan juga banyak orang yang sukses jadi penulis dari awalnya hanya iseng-iseng berkhayal .

Dance cover team atau youtuber kpop

Bisa jadi fansite, bisa buka jastip, buka os sekalian, pokoknya yg ngehasilkan uang namun tetep fangirl 🍷

Karena dengan ngefangirl kita bisa menyalurkan bakat atau hobi kita.

Gambar 4.1 Data Penelitian Tentang Fangirl terhadap Komentar Negatif (2020)
Sumber : Peneliti, Google Form.

Kesimpulan dari data observasi diatas adalah banyak sekali peluang yang dapat dilakukan seorang penggemar K-Pop. Beberapa contoh yang mereka sebutkan seperti berjualan album, *merchandise* K-Pop, menjadi penulis buku novel dari hasil karangan *fanfiction* (fan fiksi) yang dibuat, menjadi *youtuber* dengan konten K-Pop seperti membuat reaksi *video*, *dance cover*, *sing cover*. Dengan *fanbase* atau komunitas K-Pop yang sangat besar juga tidak menutup kemungkinan peluang-peluang baru dalam berbisnis semakin lebar.

4.1.2 Hasil Wawancara

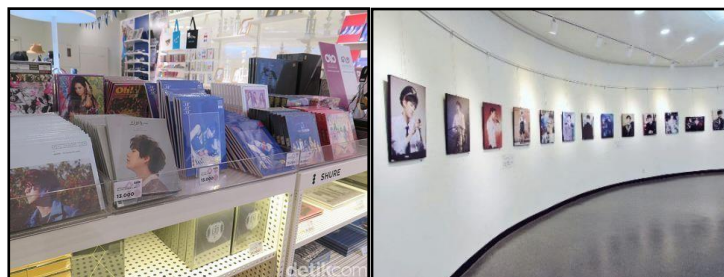
Wawancara dilakukan mulai dari bulan Juni - Juli 2020 kepada beberapa penggemar K-Pop melalui sosial media dengan mengajak diskusi dan mengobrol ringan tentang apa saja yang dapat dilakukan seorang *fangirl* atau penggemar K-Pop.

Menurut Ayudya Larasati (16 – 20 tahun), jika dengan menjadi *fangirl* secara tidak langsung akan memunculkan bakat alami. Seperti contoh *skill editing* atau *design* dapat menjual *merchandise* sendiri, *skill* fotografi dapat menjadi *fansite* atau penggemar yang hadir disetiap kegiatan tokoh idola dan memotretnya dengan kualitas foto profesional. Hasil foto dapat diabadikan dengan membuka pameran foto dan menjadikannya *merchandise* untuk dijual. Menjadi *reseller* atau *dropshiper* dapat secara langsung belajar berwirausaha. Membuka jasa titip jika senang dengan hobi *traveller*. Bagi yang mempunyai *Skill make up* dapat menjadi MUA (*Make Up Artist*) atau cukup dengan membuka *channel youtube* dengan memberikan tutorial make up. Dia juga menyebutkan sayangnya dengan peluang sebesar ini masih banyak yang tidak tahu bagaimana cara menjadikan *fangirl* ini hobi yang bisa menguntungkan.

Selain diatas, menurut Adara Maysa Ananta P (22 tahun) yang sejatinya bukan penggemar K-Pop tapi hanya karena dia sedang berkuliah di Korea Selatan tepatnya di Universitas Kunsan. Dia bercerita jika ia memanfaatkan demam K-Pop yang sangat besar di Indonesia dengan membuka jasa *warehouse* atau jasa penitipan barang sebelum dikirim masal ke Indonesia. Barang yang dimaksud bisa berupa album musik K-pop, *skincare*, tas atau makanan khas Korea. Menurutya, bisnis ini dapat menambah uang jajan selama tinggal disana. Mengingat biaya hidup di Korea sangat mahal. Ia juga berbagi informasi mengenai keuntungannya yang setiap bulan tidak selalu sama karena bergantung dengan grup idola yang sedang merilis album baru atau tidak. Jika musim perilisan album musik keuntungan bisa mencapai 8-10 juta rupiah untuk pengiriman 200 album musik tiap grup. Merupakan nominal yang tidak sedikit untuk seorang mahasiswa sepertinya.

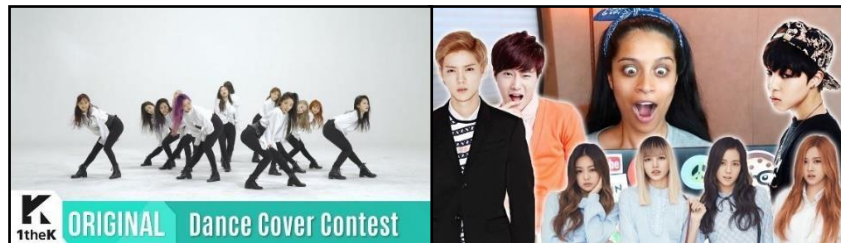
413 Dokumentasi

Dokumentasi didapat dari internet, seperti pencarian informasi, gambardan referensi yang berkaitan dengan topik. Berikut beberapa contoh kegiatan yang dapat dilakukan seorang fangirl:



Gambar 4.2 Foto *Online Shop K-Pop* dan *Fansite Exhibition*
Sumber: Google Image

Gambar pertama merupakan contoh bagaimana toko online penjualan album dan merchandise K-Pop. Gambar kedua merupakan salah satu pameran foto dari *fansite* Jeon Wonwoo dari grup idola ‘Seventeen’.



Gambar 4.3 Foto *Dance Cover K-Pop* dan *Reaction Video Youtuber*
Sumber: Google Image

Gambar pertama merupakan salah satu video dance cover yang sedang dilombakan . Lomba ini boleh diikuti siapapun dan bersifat global. Gambar kedua merupakan salah satu *thumbnail video reaction* yang dilakukan *youtuber* asal Amerika bernama Lily tentang musik video K-Pop yang baru saja rilis.



Gambar 4.4 Foto Penulis novel fanfiksi dan *Beauty Vlogger*
Sumber: Google Image

Gambar pertama merupakan contoh novel fanfiksi karangan penggemar K-Pop yang berhasil diterbitkan. Gambar kedua merupakan *beauty vlogger* asal Korea Selatan bernama Risha yang suka memberikan *tutorial make up* ala tokoh idola K-Pop.

4.2 Analisa Data

4.2.1 Reduksi Data

1. Observasi

Dari observasi penggemar K-Pop (usia 12 – 25 tahun) dapat disimpulkan jika besarnya komunitas K-Pop di Indonesia memperbesar peluang untuk berbisnis dengan konten K-Pop. Seperti menjadi *youtuber*, *vlogger*, penulis buku, *dancer cover*, *singer cover*, *fansite*, berjualan album dan *merchandise* K-Pop.

2. Wawancara

Dari hasil wawancara yang dilakukan sebelumnya dapat disimpulkan jika menjadi fangirl atau penggemar K-Pop secara tidak sadar atau sadar memunculkan bakat alami. Seperti menurut Ayudya (16 – 20 tahun), kita bisa melakukan apapun dengan menjadi *fangirl* namun juga dengan besarnya peluang ini banyak juga penggemar yang masih tidak tahu bagaimana cara memanfaatkan hobinya ini. Menurut Adara (22 tahun), bukan hanya untuk penggemar saja, siapapun yang bisa memanfaatkan peluang bisnis ditengah demam K-Pop dapat menjadi sumber penghasilan tambahan pribadi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi didapat dari internet, seperti pencarian informasi, gambar dan refrensi yang berkaitan dengan topik. Telah banyak contoh dari beberapa penggemar yang sudah membuat konten kreatif, mengikuti kontes menari atau bahkan sudah menerbitkan buku fanfiksinya.

4.2.2 Penyajian Data

Berdasarkan hasil proses reduksi data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Besarnya komunitas penggemar K-Pop di Indonesia dapat memunculkan banyak peluang dalam berwirausaha atau berbisnis.
2. Menjadi penggemar K-Pop atau fangirl juga merupakan seorang *multitalented* yang memiliki banyak *skill* kreatif secara alami.
3. Jika bisa memanfaatkan hobi *fangirling* dengan tepat dapat mengundang pundi-pundi penghasilan tambahan.
4. Masih banyak penggemar K-Pop yang mengetahui bagaimana cara memanfaatkan hobinya karena minimnya media edukasi atau informasi yang dapat mereka pelajari.
5. Dengan merancangan buku ilustrasi edukasi kreatif dapat memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami.
6. Perancangan buku ilustrasi dengan layout yang menarik dapat meningkatkan daya tarik pembaca dan diharapkan pembaca dapat mengaplikasikan informasi yang termuat dalam buku.

423 Kesimpulan

Berdasarkan hasil proses reduksi data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan sampai penyajian data yang dilakukan dengan penggemar K-Pop berusia 12 – 25 tahun serta beberapa narasumber, maka dapat disimpulkan bahwa menjadi penggemar K-Pop memiliki banyak peluang besar dengan besarnya komunitas K-Pop di Indonesia yang bisa dimanfaatkan untuk berbisnis, berkreasi dan memanfaatkan hobinya tidak sekedar hobi. Menyadari jika belum adanya media yang membahas tentang bagaimana cara menjadi fangirl sukses, sedikitnya edukasi mengenai informasi yang terkait membuat banyak

penggemar K-Pop menganggap jika tidak ada yang bisa dilakukan selain membuang uang atau boros.

Melalui perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif akan menyajikan informasi dan ide-ide bisnis kreatif yang dapat dilakukan seorang penggemar K-Pop dalam memanfaatkan hobinya. Perancangan buku ilustrasi dipilih karena selain menyajikan informasi terkait topik yang diangkat juga adanya visual seperti ilustrasi dan *layout* yang lebih menarik. Sehingga pembaca tidak akan bosan dalam mempelajarinya.

4.3 Konsep atau Keyword

Analisa STP diperlukan agar penelitian ini tepat pada target yang dituju guna tercapainya tujuan penelitian ini, yaitu:

4.3.1 Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

1. Segmentasi

a) Geografis

Negara	: Indonesia
Teritorial	: Jawa Timur
Distrik	: Surabaya dan sekitarnya
Kepadatan Populasi	: Kota besar

b) Demografis

Usia	: 12 – 25 tahun
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pendidikan	: SMP, SMA, S1
Kelas Sosial	: Menengah sampai menengah ke atas

c) Psikografis

Secara psikografis, target utamanya merupakan remaja perempuan yang menyukai budaya K-Pop, remaja perempuan yang senang berkreaitivitas dengan memanfaatkan hobi K-Pop atau *fangirling* dan remaja perempuan yang memiliki ketertarikan membaca buku ilustrasi.

2. Targeting

Target dari perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif untuk penggemar K-Pop perempuan yaitu remaja perempuan berusia 12 – 25 tahun yang tertarik dengan budaya K-Pop.

3. Positioning

Buku ilustrasi ini memposisikan dirinya sebagai buku edukasi kreatif yang dapat mengedukasi penggemar K-Pop agar dapat memanfaatkan hobinya dengan baik. Selain itu sejauh ini belum pernah ada buku ilustrasi yang mengangkat topik tentang tentang hal-hal positif yang dapat dilakukan oleh penggemar K-Pop.

432 Unique Selling Proposition (USP)

Dalam hal ini, *Unique Selling Proposition* buku ilustrasi ini harus memiliki keunikan atau ciri khas yang dapat menjadi kekuatan dan menjadi pembeda dari buku ilustrasi lain. Buku ilustrasi edukasi kreatif ini akan ada dua versi *publishing* yaitu secara *online (ebook digital)* dan *offline (printed book)*.

Publishing online atau ebook digital akan didistribusikan dengan menyebarkan *qr code* yang mempermudah pembaca bisa membacanya melalui ponsel pintar mereka kapanpun dan dimanapun. *Publishing offline* atau *printed book* akan didukung dengan media promosi seperti x-banner, stiker set, *keychain*,

postcard, daily plannet dan kalender. Media promosi juga akan dilakukan melalui sosial media seperti instagram dimana banyaknya penggemar yang senang melakukan aktifitas *fangirling* disana.

433 Analisis SWOT

Analisis SWOT sebagai teknik perencanaan strategi yang mempermudah evaluasi *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). Dalam mencapai kesimpulan digunakan matriks sebagai berikut:

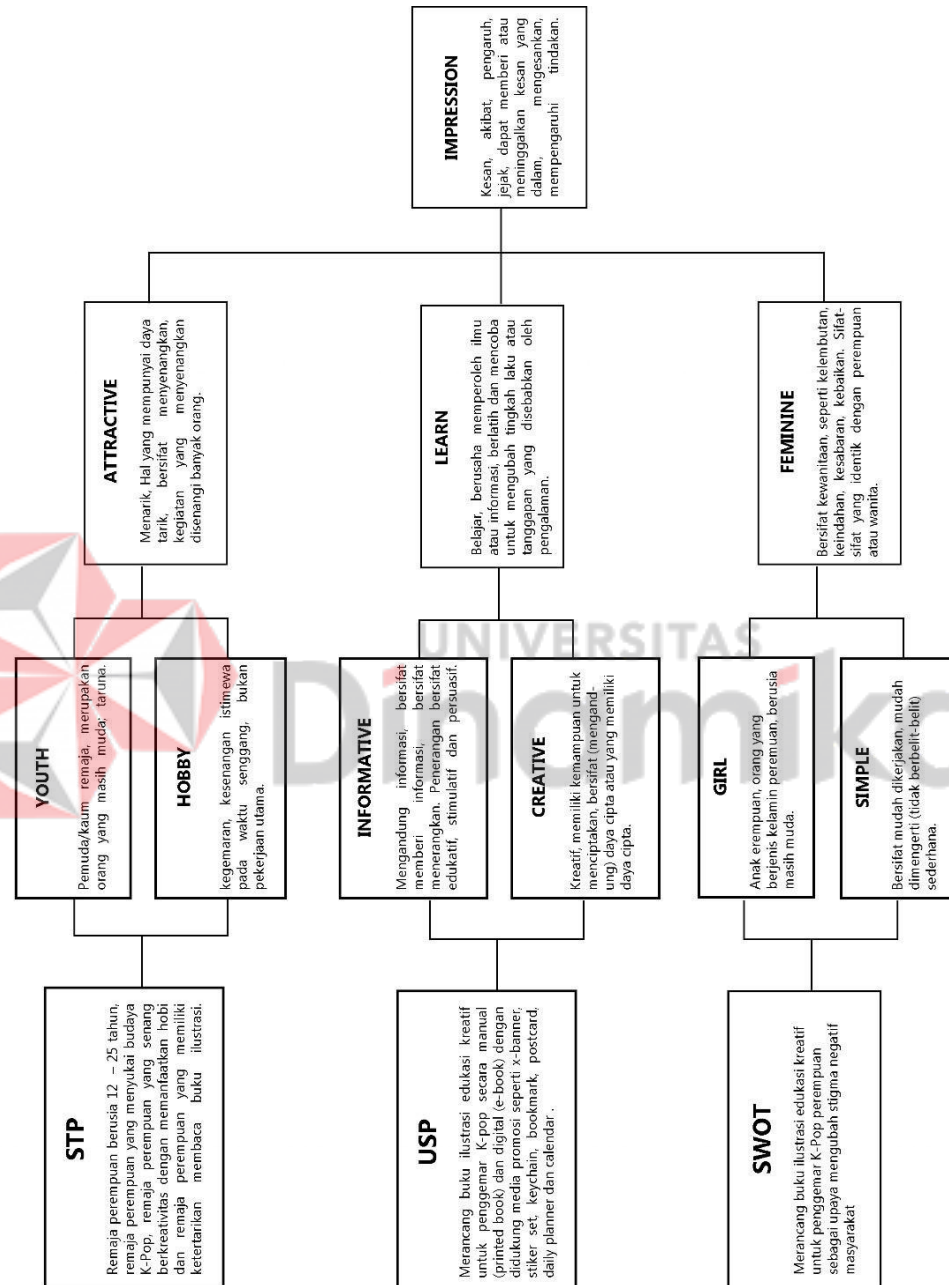
1. Strategi strenght dan opportunity (S – O) yaitu memanfaatkan peluang sebagai kekuatan.
2. Strategi weakness dan opportunity (W – O) yaitu menggunakan peluang sebagai solusi dari kelemahan.
3. Strategi treath dan strength (S – T) yaitu menyadari dan mengantisipasi ancaman untuk meningkatkan kekuatan.
4. Strategi weakness dan treath (W – T) yaitu menyadari dan mengantisipasi ancaman untuk mengurangi kelemahan.

Tabel 4.1 SWOT Perancangan Buku Ilustrasi Edukasi Kreatif Penggemar K-Pop

<div style="text-align: center;"> Internal Eksternal </div>	Strenght (S)	Weakness (W)
	1. Besarnya komunitas penggemar K-Pop di Indonesia. 2. Topik yang diangkat dapat mengajak, memotivasi para penggemar K-Pop untuk lebih kreatif.	1. Masih adanya tanggapan miring di kalangan masyarakat terhadap K-Pop terutama pada segi konsumtif. 2. Kurangnya media yang dapat mengajarkan bagaimana cara memanfaatkan hobi fangirling.
Opportunity (O)	S - O	W - O
1. Tingginya minat pada K-Pop di Indonesia dapat dijadikan lading berbisnis. 2. Belum ada buku yang menginformasikan tentang hal-hal positif yang dapat dilakukan penggemar K-Pop.	1. Merancangan buku ilustrasi edukasi kreatif untuk penggemar K-Pop perempuan. 2. Perancangan buku ilustrasi sebagai media informasi karena dapat memaparkan secara jelas.	1. Merancangan buku ilustrasi edukasi kreatif penggemar K-pop perempuan sebagai upaya mengubah stigma negatif yang masih ada di masyarakat.
Threath (T)	S - T	W - T
1. Masih banyak penggemar K-Pop yang masih tidak tahu bagaimana cara memanfaatkan hobinya.	1. Sebagai media edukasi kreatif yang dapat memberikan informasi yang mudah dipahami serta dapat memotivasi penggemar. 2. Merancang buku ilustrasi dengan layout yang menarik sehingga pembaca akan lebih tertarik membacanya.	1. Merancang buku ilustrasi edukasi kreatif untuk penggemar K-pop yang memberikan informasi bagaimana cara memanfaatkan hobi fangirling secara positif dalam upaya mengubah stigma negatif masyarakat.
Strategi Utama : Merancang buku ilustrasi edukasi kreatif penggemar K-Pop perempuan sebagai upaya mengubah stigma negatif masyarakat.		

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2020

434 Keyword



Tabel 4.2 Keyword
Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2020

435 Deskripsi Konsep

Berdasarkan hasil pengolahan *keyword*, perancangan ini memiliki kata kunci final “*Impression*” atau sesuatu yang meninggalkan kesan secara tidak langsung akan mempengaruhi tindakan. Untuk kedepannya diharapkan buku ilustrasi ini dapat memotivasi dan menginspirasi pembaca sehingga dapat mengaplikasikan informasi dari dalam buku dengan baik.

4.4 Konsep Prancangan Karya

441 Konsep Perancangan

Konsep perancangan karya merupakan konsep yang dibuat sebagai patokan dalam pembuatan desain nantinya.

442 Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif adalah untuk memotivasi dan memberikan informasi apa saja hal positif dan bagaimana cara yang dapat penggemar K-Pop perempuan lakukan.

443 Strategi Kreatif

Perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif ini akan dibuat simple atau sederhana. Karena tujuan pembaca buku ini untuk remaja perempuan yang berusia 12 – 25 tahun, maka konsep kreatif buku akan menampilkan banyak visual dalam penyampaian informasi serta memberikan tips-tips yang tertuju pada poin pentingnya agar mudah dipahami.

1. Jenis Buku : Buku Ilustrasi

2. Dimensi Buku : 210 x 148 mm (A5)
3. Jumlah Halaman : 61 Halaman
4. Gramatur Buku : Kertas Coronado
5. Finishing : *Hard Cover*
6. Judul

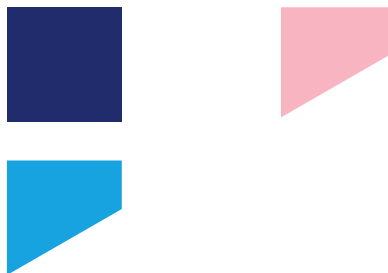
Headline atau judul buku ilustrasi ini adalah “*How to be a Succesfull Fangirl*” dimana sesuai dengan tujuan dirancangnya buku ini yaitu sebagai media edukasi kreatif yang memberikan informasi bagaimana cara menjadi seorang penggemar K-Pop yang sukses.

7. Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam buku adalah Bahasa Indonesia yang bersahabat sesuai target pembaca yang berusia 12 – 25 tahun.

8. Warna

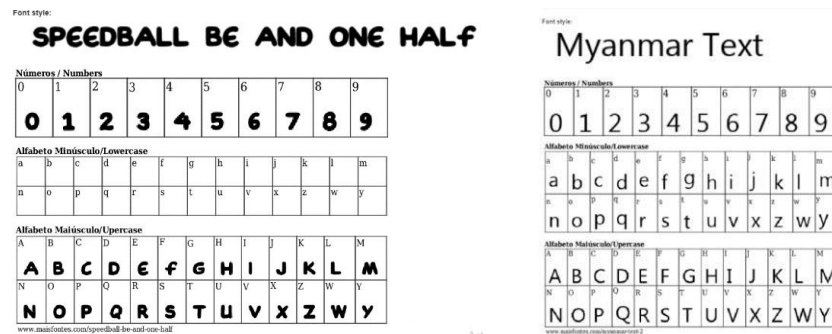
Warna yang dipilih merupakan masuk dalam kategori kelompok warna ‘*Friendly*’ menurut buku *Color Harmony Workbook*, pemilihan warna palet yang akan digunakan agar kesan pertama yang terlihat tampak bersahabat dengan pembaca. Yaitu warna-warna seperti dibawah ini:



Gambar 4.5 Palet Warna
Sumber : Dokumen Pribadi

9. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan buku ini ada 2 macam yaitu:



Gambar 4.6 Font 1 dan Font 2
Sumber : Google Image

Font pertama akan digunakan untuk judul agar terlihat jelas. *Font* ini dipilih karena tidak begitu kaku digunakan untuk judul agar lebih bersemangat karena merupakan tipe *font decorative* dan tidak formal. Font kedua termasuk kedalam font sans serif yang digunakan sebagai penulisan isi dan penjelasan dari judul. Font ini terlihat sederhana dan jelas memudahkan pembaca memahami isinya.

10. Layout

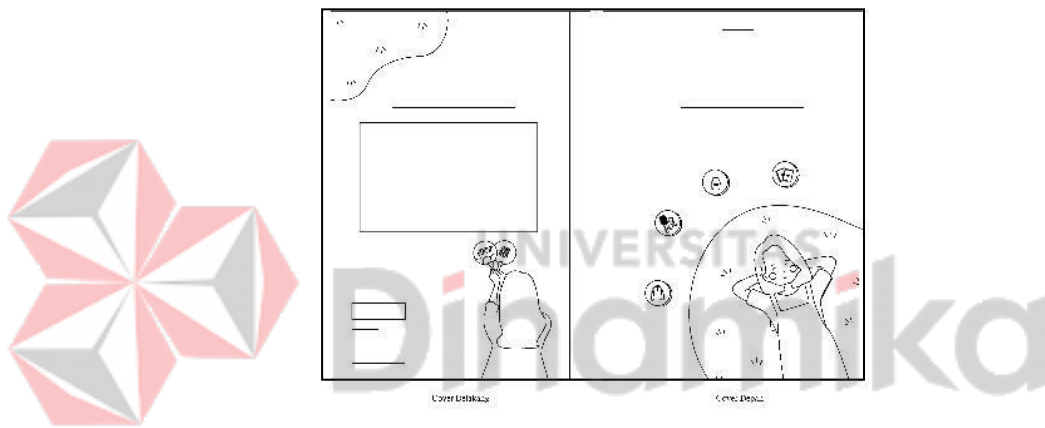
Jenis layout yang digunakan yaitu axial layout yang menampilkan visual lebih dominan daripada teks. Serta biasanya bentuk visual berupa foto atau ilustrasi berada di tengah dan cukup terlihat jelas. Karena buku ilustrasi ini bertujuan memudahkan pembaca memahami informasi maka penampilan visual lebih diutamakan dan teks berada di sekelilingnya.

4.4.4 Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan buku ilustrasi edukasi kreatif untuk penggemar K-Pop ini terbagi menjadi dua macam, yaitu media utama dan media pendukung.

1. Media Utama

a. Sketsa Cover

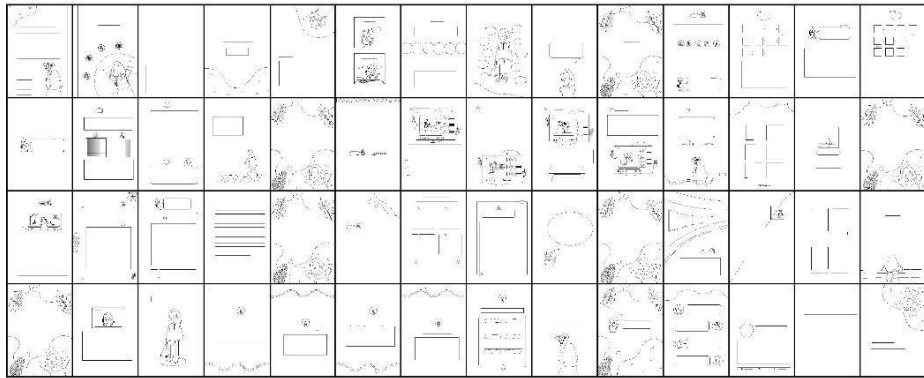


Gambar 4.7 Sketsa Cover Buku
Sumber : Peneliti

Pada bagian cover tampak sketsa seorang perempuan muda yang sedang berbaring di rerumputan dan sedang memimpikan ingin membeli *merchandise*, album, baju-baju bagus. Dia terus berangan ingin menjadi seorang penggemar yang sukses sehingga bisa membeli apapun yang dia sukai. Pada bagian belakang *cover*, seorang perempuan itu tampak memegang merchandise yang diawal hanya bisa di angan-angan. Seperti harapan buku ini, kesan saat mendapat buku ini akan membuat pembaca berani bermimpi. Karena dari

mimpi semua bermula. Lalu saat buku ini tertutup, harapan akan menjadi nyata. Informasi dan isi bisa diaplikasikan dengan baik.

b. Sketsa Layout

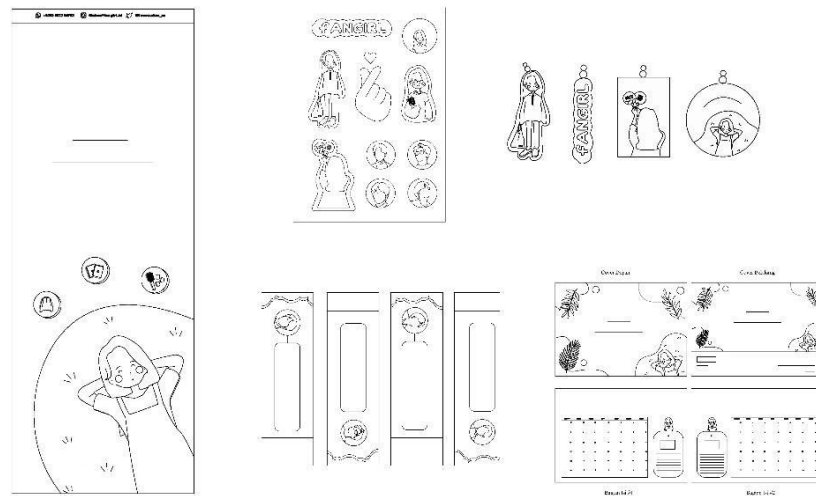


Gambar 4.8 Sketsa Layout
Sumber : Peneliti

Pada bagian isi buku terdapat 4 bab utama yaitu pertama, pengenalan tentang *fangirl* dan *fangirling* dengan ilustrasi tentang fakta penggemar K-Pop dengan segala kebutuhannya yang banyak, kedua menjelaskan apa saja yang bisa penggemar lakukan dengan hobi (berisi tips dan tabel peragaan agar mudah dipahami), terakhir yaitu berisi pesan dari beberapa tokoh idola. Selain itu di setiap pergantian bab akan ada *motivation quotes* yang berguna agar pembaca tidak jenuh dalam membaca dan mendapat semangat baru setiap pergantian bab.

Jenis layout yang digunakan pada buku ilustrasi ini menggunakan jenis layout axial layout yang menampilkan visual lebih dominan daripada teks. Serta biasanya bentuk visual berupa foto atau ilustrasi berada di tengah dan cukup terlihat jelas. Karena buku ilustrasi ini bertujuan memudahkan pembaca memahami informasi maka penampilan visual lebih diutamakan dan teks berada di sekelilingnya.

2. Media Pendukung



Gambar 4.9 Sketsa Merchandise
Sumber : Peneliti

Media pendukung buku ini adalah X-Banner, Kalender & *Daily Planner*, Stiker Set, *Bookmark*, *postcard* dan *Keychain*. Media pendukung berfungsi menarik pembaca agar ingin memiliki buku.

2.4.5 Implementasi Media

1. Media Utama



Gambar 4.10 Mock Up Buku
Sumber : Peneliti

	<p>Pada bagian cover tampak sketsa seorang perempuan muda yang sedang berbaring di rerumputan dan sedang memimpikan ingin membeli merchandise, album, baju-baju bagus. Dia terus berangan ingin menjadi seorang penggemar yang sukses sehingga bisa membeli apapun yang dia sukai. Pada bagian belakang cover, seorang perempuan itu tampak memegang merchandise yang diawal hanya bisa di angan-angan. Seperti harapan buku ini, kesan saat mendapat buku ini akan membuat pembaca berani bermimpi. Karena dari mimpi semua bermula. Lalu saat buku ini</p>
	<p>Pada bagian isi buku terdapat 4 bab utama yaitu pertama, pengenalan tentang fangirl dan fangirling dengan ilustrasi tentang fakta penggemar K-Pop dengan segala kebutuhannya yang banyak, kedua menjelaskan apa saja yang bisa penggemar lakukan dengan hobi (berisi tips dan tabel peragaan agar mudah di pahami), terakhir yaitu berisi pesan dari beberapa tokoh idola.</p>
	<p style="text-align: center;">Halaman 5 - 6</p> <p>Pada bagian ini dijelaskan tentang pengertian fangirl dan fangirling (aktifitasnya) juga akan dilengkapi dengan ilustrasi dimana seorang karakter perempuan memikirkan segala kebutuhan fangirlingnya yang sangat banyak yang pastinya membutuhkan banyak uang. Lalu ada ilustrasi lagi yang memberitahukan bahwa seorang penggemar juga bisa mendapat penghasilan melalui hobinya saat ini. Lalu munculah pertanyaan tentang bagaimana cara menjadi fangirl yang berpenghasilan.</p>
	<p style="text-align: center;">Halaman 9, 18, 27, 32, 27 dan 42)</p> <p>Setiap pergantian bab akan ada sub cover tersendiri, bertujuan untuk mempermudah pembaca menemukan judul atau bab utama pada buku serta memberikan kesan baru yang atraktif bagi pembaca</p>

Tabel 4.3 Isi Layout Buku
Sumber : Peneliti

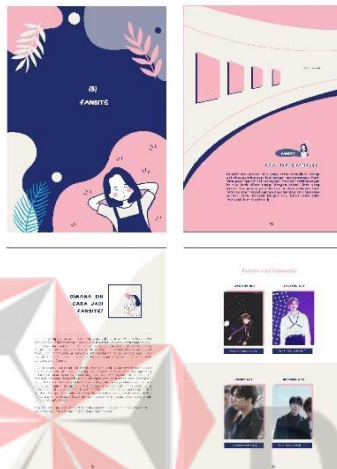
				(1) Online Shop Halaman 10 - 17
				<p>Penggemar K-Pop bisa membuka Online shop, menjual album musik atau Korean stuff lainnya. Disini penulis mengajarkan 2 cara bagaimana bertransaksi membeli barang di platform belanja online Korca. Disini juga akan membahas tentang cara menghitung manual pajak bea cukai dan juga informasi tentang reseller dan dropshipper bagi penggemar yang tidak mempunyai modal. Di bagian akhir ada tips kreatif yang memudahkan penggemar mengingat beberapa poin penting.</p>
				(2) Video Creator Halaman 18 - 26
				<p>Penggemar yang suka dengan video dan percaya diri didepan kamera bisa mencoba menjadi video creator, disini akan ada banyak ilustrasi berbagai macam contoh yang dapat penggemar lakukan dengan memanfaatkan platform Youtube. Yaitu bisa menjadi seorang vlogger, dance cover, sing cover, membuat kompilasi video fanedit yang menghibur dan membuat video reaksi dari video musik K-Pop. Bukan hal baru jika Youtube juga bisa menghasilkan keuntungan.</p>
				(3) Writer Halaman 18 - 26
				<p>Menjadi penulis buku dan dapat kesempatan untuk menerbitkan bukunya. Sebagai contoh mengikuti kontes menulis yang ada di Wattpad (aplikasi untuk mempublikasikan karangan cerita) dengan even tahunannya The Wattys. Di bagian ini penulis memberikan kriteria yang harus dimiliki penulis juga tips agar tulisan dapat dilirik oleh penerbit dari seorang narasumber pemenang The Wattys sebelumnya.</p>

Tabel 4.4 Isi Layout Buku
Sumber : Peneliti



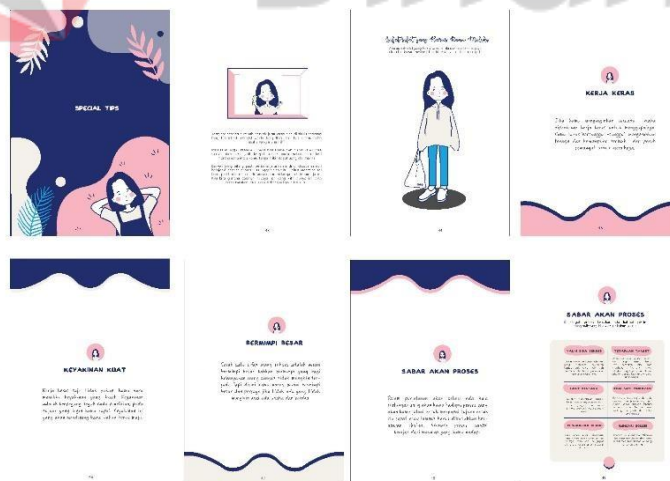
(4) Fanartist
Halaman 32-36

Pada bagian ini penulis memberikan informasi platform apa saja yang bisa untuk mengupload hasil karya ilustrasi atau fanart penggemar. Penulis memberikan banyak contoh serta link di bawahnya.



(5) Fansite
Halaman 37 - 41

Menjadi seorang fansite atau penggemar dengan hobi memotretnya akan susah jika dilakukan orang luar Korea karena fansite harus berkeliling mengikuti idolanya agar mendapat foto-foto paling baru. Tapi tidak menutup kemungkinan bagi penggemar luar ingin menjadi fansite. Ada banyak contoh penggemar Indonesia yang sukses menjadi seorang fansite sekarang. Penulis memberikan kontak informasi beberapa fansite Indonesia.



Special Tips
Halaman 42 - 50

Pada bagian ini, penulis memberikan sifat-sifat apa saja yang harus dimiliki seorang penggemar yang ingin sukses. Dikutip dari buku John Afifi, penulis membagikan informasinya untuk para pebisnis muda agar tujuan utama dapat tercapai.

Tabel 4.5 Isi Layout Buku
Sumber : Peneliti

	<p>Selain itu di setiap pergantian bab akan ada motivation quotes yang berguna agar pembaca tidak jenuh dalam membaca dan mendapat semangat baru setiap pergantian bab.</p>
	<p>Idol Quotes Halaman 51 - 52</p> <p>Di bagian terakhir ada beberapa kutipan yang diambil dari tokoh idola dengan tujuan agar dapat memotivasi pembaca untuk tetap berusaha dan bersemangat mencapai impiannya.</p>
	<p>Tentang Penulis dan Ulasan Penulis Halaman 53 - 56</p> <p>Pada bagian akhir buku menyertakan informasi tentang penulis dan juga pengalaman penulis dalam merintis online shop juga memberikan sedikit tips yang bisa dipelajari oleh pembaca.</p>

Tabel 4.6 Isi Layout Buku
Sumber : Peneliti

2. Media Pendukung

Buku ilustrasi ini akan diimplementasikan ke dalam berbagai macam *merchandise*. *Merchandise* ini bertujuan sebagai menarik minat atau kesan para pembaca agar ingin membaca buku ini. Jenis-jenis *merchandise* yang dimaksud yaitu seperti:



Gambar 4.12 Keychain dan Postcard

Sumber : Peneliti

Gantungan kunci atau *keychain* ini ada 4 macam yang dapat dibeli oleh konsumen secara terpisah. Bentuk dari gantungan kunci ini bermacam-macam dapat dipilih sesuai keinginan. Postcard diatas berukuran A6 terdiri dari 4 macam juga dengan menampilkan kalimat motivasi didalamnya.



Gambar 4.13 Kalender 2021

Sumber : Peneliti

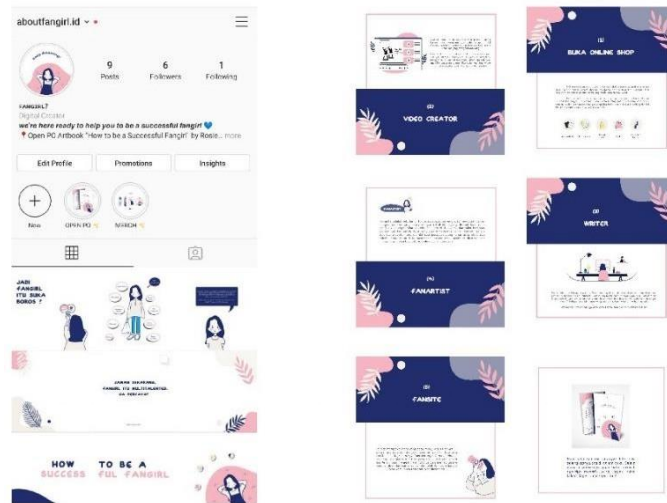


Gambar 4.14 X-Banner, Bookmark, Stiker
Sumber : Peneliti

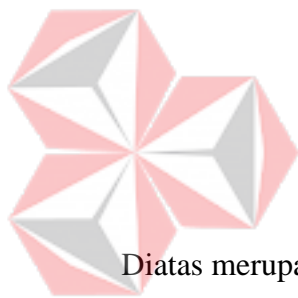
X-Banner berukuran 60 x 160 cm ini berfungsi untuk menyampaikan informasi terkait dalam bentuk promosi yang sedang dilakukan. Stiker set diatas berukuran A6 dengan menampilkan berbagai macam ilustrasi si karakter utama. Bookmark berfungsi sebagai pembatas buku yang mempermudah pembaca menandai bagian terakhir buku yang sedang dibaca. *Bookmark* ini ada 4 macam bentuk dan berisi kutipan kalimat motivasi para idol terkenal yang pasti sudah diketahui.

3. Instagram Promotion

Selain media pendukung diatas ada juga promosi dilakukan melalui sosial media seperti Instagram. Mengingat jika banyak para penggemar K-Pop ini beraktifitas disana. Instagram dipilih karena efektif dapat menjangkau banyak penggemar K-Pop yang ada di Indonesia. Instagram merupakan salah satu platform populer yang hampir dimiliki semua orang tak terkecuali dari kalangan manapun. Instagram juga memiliki fitur beriklan yang dapat dipilih dan disesuaikan sesuai target pasar agar tepat sasaran.



Gambar 4.15 Instagram
Sumber : Peneliti



UNIVERSITAS
Dinamika

Diatas merupakan bentuk promosi yang dilakukan melalui Instagram, akun ini akan memberikan informasi terkait penelitian dan beberapa isi dalam buku tetapi tidak semuanya. Akun tersebut bernama *@/aboutfangirl.id* yang berarti akun yang akan berisi seputar tentang fangirl. Akun ini akan rutin memberikan edukasi, tips dan beberapa cara mengedukasi diri sebagai seorang penggemar K-Pop secara kreatif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa buku ilustrasi edukasi kreatif ini berjudul *“How to be a Successful Fangirl”* yang berisi tentang apa yang dapat penggemar K-Pop lakukan dan memberikan beberapa cara dan tips kreatif didalamnya. Konsep *keyword “Impression”* yang memiliki arti sebuah kesan yang secara tidak langsung akan mempengaruhi tindakan. Sesuai dengan tujuan buku yaitu diharapkan dapat memunculkan kesan yang berujung sebuah tindakan mengikuti apa yang buku informasikan. Ukuran buku ilustrasi ini adalah 210 x 148 mm (A5). Buku ilustrasi ini akan dipublikasikan secara online (e-book digital) dengan *qr code* dan secara manual (*printed book*). Media pendukung berupa *x-banner, postcard, keychain, bookmark, daily planner* dan kalender.

5.2 Saran

Peneliti berharap buku ilustrasi ini dapat memberikan manfaat serta motivasi kepada pembaca. Peneliti juga berharap untuk kedepannya akan ada lebih banyak media buku atau konten digital yang membahas tentang hal-hal positif yang dapat dilakukan seorang penggemar K-Pop. Jadi, mengenai anggapan atau stigma masyarakat saat ini yang masih negatif dapat diubah dengan banyaknya kisah positif dan inspiratif tentang penggemar K-Pop lainnya. Untuk jangka panjang, peneliti juga berharap para penggemar K-Pop bisa lebih banyak yang sukses dalam berhobi dan bisa menghasilkan keuntungan baik untuk diri sendiri dan berguna untuk orang lain nantinya

DAFTAR PUSTAKA

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- Rustan, Surianto. 2008. *LAYOUT ,Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nastiti, Aulia. 2010. “*Korean Wave*” di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet, dan Fanatisme Pada Remaja (Studi Kasus Terhadap Situs Asian Fans Club Di Indonesia Dalam Perspektif Komunikasi Antar Budaya). *Journal of Communication*.
- Pintani, Linta. 2013. “Fanatisme Fans dalam Blog Netizenbuzz”. *Unair Journal*.
- Ulfianti, S.2012. Fanatisme Remaja Indonesia Pada *Korean Wave*. Jurnal Artikel *Korean Wave*.
- Rinaldy, Inariawan. 2016. “Perancangan Artbook "The Art of Baratayuda" Berbasis Kisah Pandawa Lima dengan Pendekatan Akulturasi sebagai Ide Dasar Visual Pembuatan Produk Kreatif. Universitas Negeri Malang Fakultas Sastra - Program Studi Desain Komunikasi Visual.
- Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta : Depdiknas.
- Hardini, Siti. 2018. *Perancangan Buku Ilustrasi Kesehatan untuk Wanita Karir*.
Url : <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/1610>
(Diakses pada 1 April, 2020)
- Prof.Sofyan, Salam.2017. *Seni Ilustrasi*, UNM : Universitas Negeri Makasar.
- Supriyono, Rahmat.2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Andi.
- Afifi, John. 2019. *Dikejar Pekerjaan, Pesanan dan Penghasilan*. Laksan