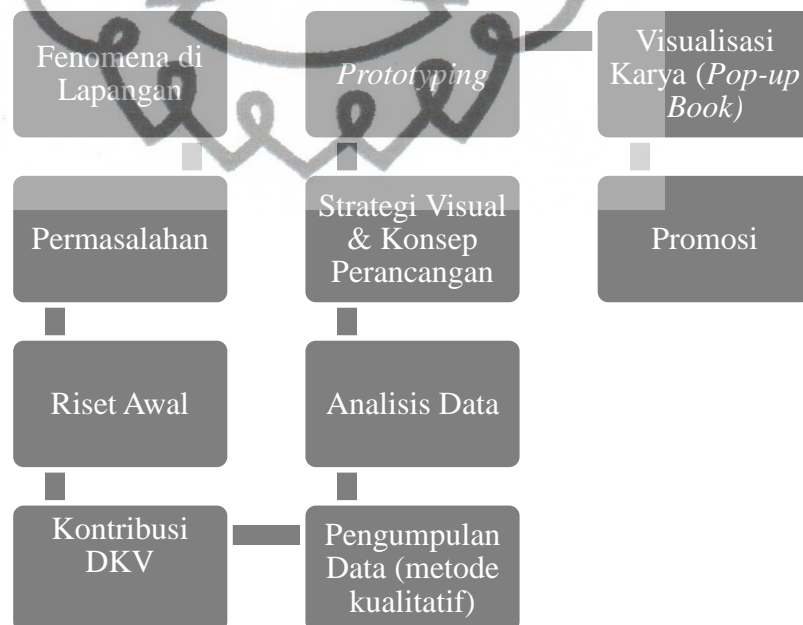


BAB IV KONSEP PERANCANGAN

A. Metode Perancangan

Keseluruhan proses terkait penentuan cara, unsur, bahan dan segala bentuk pemikiran matang dari hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang sesuai dengan tujuan tertentu dapat didefinisikan sebagai suatu proses perancangan (Sondang, 1994). Proses perancangan *pop-up book* pendidikan seks ini diperlukan strategi visual, strategi kreatif serta berbagai macam strategi agar materi yang disampaikan dapat tepat sasaran dengan menggunakan metode yang sudah direncanakan. Bagan metode perancangan dapat dilihat pada bagan 1 sebagai berikut:



Bagan 4.1. Bagan Metode Perancangan

Sebelum pelaksanaan perancangan produk *pop-up*, penulis melakukan observasi untuk mengetahui fenomena di lapangan terkait isu kekerasan seksual

dan pengetahuan anak terkait seksualitas sampai ditemukan permasalahan yang memerlukan kontribusi DKV sebagai pemecahan masalah yang ada di lapangan. Proses selanjutnya adalah penentuan ide serta pematangan ide melalui pengumpulan data yang dibutuhkan, dalam hal ini penulis melakukan wawancara terkait kasus kekerasan seksual yang terjadi terutama di wilayah karesidenan Surakarta melalui lembaga swadaya masyarakat yang mendampingi korban pelecehan dan kekerasan seksual serta perlindungan konsumen anak yaitu Yayasan Kakak Surakarta.

Wawancara dilakukan sebagai cara agar penulis mendapatkan data yang sesuai dan faktual terkait materi pendidikan seksual anak usia dini, sehingga selanjutnya dapat ditentukan target audiens yang tepat (*costumer insight*) yaitu orang dewasa usia 23-40 tahun sebagai orang tua atau guru yang membutuhkan media pembelajaran tentang pendidikan seksualitas untuk anak usia dini. Keseluruhan data yang telah diperoleh kemudian dapat dianalisis dan ditentukan strategi visual serta konsep perancangan yang sesuai dengan materi dan data yang telah diperoleh dengan mempertimbangkan proses mekanisme *pop-up* yang akan dirancang agar materi yang disajikan tetap representatif dan interaktif.

Percobaan pembuatan karya (*prototyping*) serta pengujian karya dilakukan untuk mengetahui apakah karya yang dibuat sesuai dengan rancangan dan tujuan yang hendak dicapai, hingga setelah itu dilakukan perbaikan sampai proses promosi kepada target audiens yang telah ditentukan.

B. Konsep Kreatif

Sebagai dasar penentuan konsep kreatif dibutuhkan segmentasi target audiens yang akan dituju, penentuan USP (*Unique Selling Proposition*), *positioning*

product, serta strategi lain yang diperlukan sebagai jembatan agar penyampaian materi *pop-up* pendidikan seksualitas anak usia dini dapat tersampaikan dengan jelas dan sesuai dengan tujuan perancang yang diinginkan.

1. Target Audiens

Pemilihan dan segmentasi *target market* disesuaikan dengan tujuan perancangan yaitu sebagai berikut:

a. Segmentasi Demografis

- i. Usia : Dewasa (23-40 tahun)
- ii. Pendidikan : Semua jenjang pendidikan
- iii. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- iv. Agama : Semua agama
- v. Kelas Sosial : Semua golongan
- vi. Pekerjaan : Semua pekerjaan (terutama guru dan orang tua)

b. Segmentasi Geografis

Cakupan dari sasaran buku ini secara umum adalah seluruh guru dan orang tua di Indonesia, sementara secara khusus target sasaran buku ditujukan untuk daerah Karesidenan Surakarta sesuai dengan cakupan kasus yang diteliti.

c. Segmentasi Psikografis

Penentuan segmentasi buku *Pop-Up* pendidikan seksual ini didasarkan pada calon orang tua, orang tua dan guru yang membutuhkan media konkret untuk pembelajaran serta pengenalan awal tentang seksualitas untuk anak usia dini.

2. USP (*UniqueSelling Proposition*)

Teknik penjualan suatu produk dibutuhkan sesuatu keunikan yang membedakannya dengan produk lain sejenis, keunikan tersebut yang disebut sebagai USP (*UniqueSelling Point*). Strategi USP menjadi teknik kreatif yang optimum dengan menyajikan perbedaan yang jelas antar produk yang sama, selain itu penggunaan strategi USP didasarkan pada promosi perbedaan fisik dan fungsional dari suatu produk dengan produk pesaing (Terence, 2009).

Perancangan *pop-up book* ini mengangkat tema yang cukup jarang ditemukan yaitu tema pendidikan seksual dengan merujuk kepada segmentasi spesifik anak usia dini, selain itu media penyampai pesan yang konkret sesuai dengan pemahaman anak usia 5-6 tahun menggunakan teknik *pop-up* yang juga jarang ditemui di lapangan.

3. *Potitioning*

Perancangan *pop-up book* pendidikan seksual anak usia dini ini menggunakan berbagai materi, unsur, teknik dan konsep yang disesuaikan dengan teori dan fakta yang ada sehingga strategi *potitioning* buku ini adalah sebagai media pendidikan serta pengenalan tentang seksualitas untuk anak usia dini dengan segmentasi pemakai yaitu orang tua dan guru taman kanak-kanak agar dapat membantu penyampaian materi dan menjawab pertanyaan anak seputar seksualitas dini. Buku *pop-up* ini menyajikan materi dengan visualisasi yang konkret agar orang tua dan guru dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan pengetahuan seks anak serta dapat mencegah terjadinya kekerasan seksual pada anak.

4. Tujuan Kreatif

Buku *pop-up* pendidikan seks anak usia dini fokus dengan pengenalan serta materi dasar pendidikan seks untuk usia 5-6 tahun, dengan visualisasi yang konkret melalui teknik *pop-up* membuat buku ini tentu sangat penting bagi target audiens. Penggunaan teknik dan visualisasi yang menarik dan representatif diharap dapat membuat orang tua mulai mengurangi stigma terkait pendidikan seks yang masih tabu, serta menambah pengetahuan dasar anak terkait seks sehingga kasus pelecehan dan kekerasan seksual di masyarakat dapat diminimalisir.

5. Strategi Kreatif

Perancangan visualisasi karya dalam buku *pop up* ini juga perlu menentukan strategi visual yang menarik dan sesuai bagi target audiens. Materi yang dibawa mengambil sumber dari berbagai buku yang khusus membahas terkait tema yang sama dengan penulisan serta sumber yang faktual dan sesuai dengan keadaan di lapangan.

Materi yang ditemukan melalui studi literatur dikorelasikan oleh penulis dengan hasil dari wawancara kepada narasumber yang merupakan dokter anak serta praktisi penyuluh kekerasan seksual yaitu Yayasan Kakak. Materi dikemas dengan sangat ringkas namun tetap padat dan komunikatif dengan didukung oleh teknik *pop-up*.

Hal yang menarik dalam buku *pop up* adalah selalu memberikan kejutan-kejutan pada setiap halamannya sehingga dapat memancing antusias pembaca

terhadap halaman selanjutnya (Hanifah, 2014). Buku *pop-up* ini juga menyajikan teknik yang dinamis dan interaktif di setiap halaman, sehingga anak-anak tidak akan bosan dengan materi yang diberikan selain itu teknik yang digunakan disesuaikan dengan materi pada tiap halaman agar tetap komunikatif dan representatif kepada anak.

Visualisasi karya buku, menggunakan teknik layout yang sederhana agar mudah dipahami oleh anak usia dini dengan menonjolkan object yang terkait materi tiap halaman *pop-up*. Penggunaan kalimat juga sangat diminimalisir agar anak-anak usia 5-6 tahun tidak harus kesusahan untuk memahami pesan, cukup dengan melihat visual dan memainkan interaksi *pop-up* sambil mendengarkan penjelasan dari orang tua atau guru. Buku *pop-up* ini juga diharap dapat menjadi buku paduan untuk orang tua dan guru agar dapat lebih memahami materi terkait pendidikan seksualitas anak, serta diharap orang tua dan guru dapat lebih komunikatif dalam penggunaan media *pop-up book* ini.

C. Standar Visual

Tahap sebelum proses visualisasi karya yang juga penting yaitu penyusunan standar visualisasi buku sebagai media utama serta media pendukung agar pesan dan materi yang dimuat dalam buku dapat sesuai dan komunikatif dengan segmentasi usia anak, sehingga dibutuhkan komunikasi verbal maupun non-verbal yang tepat dalam media utama dan media pendukung buku.

1. *Pop-Up Book* sebagai Media Utama

a. Strategi Visual Verbal

i. Judul Cover Depan

Cover depan pada *Pop-Up Book* berisi ilustrasi serta judul buku “Aku dan Tubuhku Istimewa” yang menjadi *headline* serta keterangan logo penerbit dan nama penulis dan ilustrator buku.

ii. Sinopsis Isi *Pop-Up Book*

Sinopsis buku menjelaskan secara singkat isi buku dan pesan yang ingin disampaikan, sebagai media pendidikan juga dilengkapi dengan sinopsis panduan untuk orang tua dan guru.

iii. Narasi Panduan orang tua dan Guru

Selain media utama *pop-up book* juga akan disertakan panduan penjelasan terkait pendidikan seksual dasar anak usia dini untuk orang tua dan guru sebagai alat untuk menggali pemahaman agar lebih komunikatif saat memberikan pemahaman kepada anak terkait materi.

b. Strategi Visual Non-Verbal

i. Ilustrasi

Peran ilustrasi dalam buku anak terutama di buku *pop-up* pendidikan seksual anak usia dini penting sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan materi seksualitas utama, karena dengan kalimat yang sedikit menjadikan ilustrasi menjadi fokus utama dalam buku ini. Pengerjaan ilustrasi disesuaikan dengan karakter anak dengan usia 5-6 tahun serta dengan menggunakan referensi dari karya ilustrator buku anak lain. Teknik ilustrasi dalam *pop-up book* pendidikan seksual anak usia dini menggunakan teknik *digital painting*

dengan pewarnaan yang jelas dan warna-warni sesuai dengan buku yang anak suka.

Perancangan karakter sebagai fokus untuk menyampaikan pesan dalam buku juga disesuaikan dengan karakter anak-anak agar terasa dekat dengan keseharian anak. Pemilihan gaya ilustrasi referensi visual, dipilih dari salah satu ilustrator Indonesia asal kota Malang yang sudah mengerjakan buku anak komersil di pasaran dalam negeri yaitu Bella Anshori Putri. Referensi lain juga diambil dari salah satu ilustrator luar negeri yaitu Beatrice Blue. Berikut beberapa contoh ilustrasi karya Bella Anshori dan Beatrice Blue:



Sumber: Instagram @bellaanshori. Diakses tanggal 16 Maret 2020.

Gambar 4.1. Ilustrasi oleh Bella Anshori



Sumber: Instagram @beatriceblue. Diakses tanggal 16 Maret 2020

Gambar 4.2. Ilustrasi oleh Beatrice Blue

Perancangan *pop-up book* pendidikan seksual berikut fokus kepada karakter utama dalam buku yaitu Denis dan Gina dengan desain karakter yang disesuaikan dengan referensi visual ilustrator tersebut. Perancangan karakter juga disesuaikan dengan karakter yang memakai pakaian yang sederhana khas anak-anak agar dekat dengan lingkungan anak sebagai target audiens. Berikut rancangan karakter utama dalam *pop up book* pendidikan seks anak usia dini:



Sumber: Dokumen Penulis

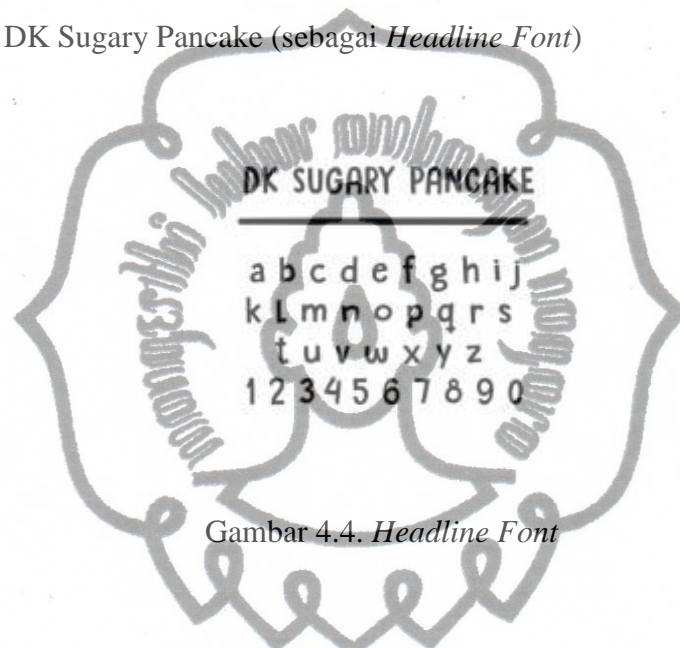
Gambar 4.3. Ilustrasi Denis dan Gina

ii. Tipografi

Manurut Nonik editor buku anak Bentang Pustaka dalam wawancara 12 Maret 2020, menyatakan salahsatu hal penting selain ilustrasi dalam buku anak adalah pemilihan jenis huruf, karena pemilihan jenis huruf harus memperhatikan *readability* (atau faktor keterbacaan). Pemilihan

jenis huruf nantinya akan dibagi menjadi 2-3 jenis huruf dengan kriteria yang pertama sebagai huruf *headline* (judul), *bodycopy*, serta huruf pada deskripsi buku. Huruf yang dipakai dalam perancangan *pop-up book* pendidikan seks anak usia dini ini, adalah sebagai berikut:

- a) DK Sugary Pancake (sebagai *Headline Font*)



Gambar 4.4. *Headline Font*

- b) Claire Hand (sebagai *Bodycopy*)



Gambar 4.5. *Bodycopy Font*

iii. Warna

Pemilihan warna menjadi faktor yang penting dalam suatu perancangan karena warna merupakan salah satu unsur desain yang dapat mempengaruhi emosi. Warna juga bisa menjadi suatu karakter yang khas sehingga dapat membangun *brand image* (citra produk).

Pemilihan warna dalam perancangan *pop-up book* berikut menggunakan warna yang cukup mencolok, pada karakter dan warna yang agak lembut untuk bagian latar belakang (*background*), sehingga karakter yang muncul lebih terlihat dan anak lebih mudah fokus pada pesan yang disampaikan melalui karakter tersebut. *Tone* warna yang dipilih sebagai warna utama adalah sebagai berikut:



Gambar 4.6. *Pallete* warna

iv. *Layout*

Standarisasi penataan *layout* dalam perancangan *pop-up book* pendidikan seks anak usia dini berikut disesuaikan dengan teknik *paper*

mechanism dalam *pop-up* yang ditunjukkan, sehingga karakter dan aktifitas dalam satu halaman dapat lebih terlihat dan anak lebih mudah fokus dengan materi yang disampaikan. *Layout* yang dipilih lebih fokus pada *layout* memusat dan kontras dimana dapat membuat objek utama desain menjadi terlihat dan terfokus. Contoh *layout* yang dipakai untuk perancangan *pop-up* berikut menggunakan salah satu referensi dari ilustrasi sebagai berikut:

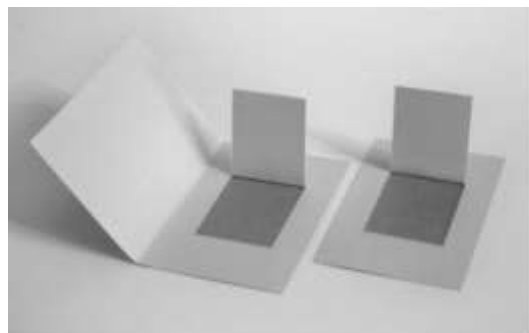


Gambar 4.7. Layout *Pop Up Book* Vincent Hosea dan Impian Studio Yogyakarta

v. *Paper Mechanisms*

Beberapa teknik pembuatan *pop-up book* yang dipilih sebagai teknik dasar perancangan *pop-up book* pendidikan seks anak usia dini meliputi sebagai berikut:

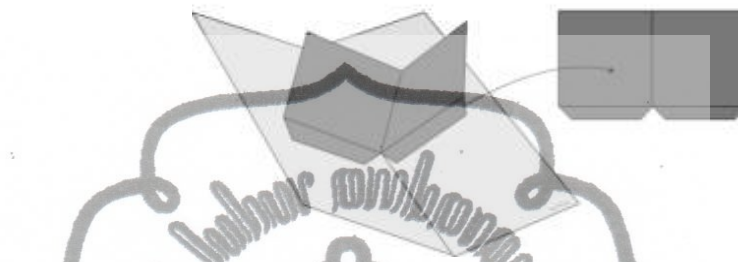
- a) *Flaps*, merupakan teknik paling sederhana berbentuk seperti jendela.



Sumber : www.dgi.or.id. Diakses tanggal 29 Maret 2020

Gambar 4.8. Teknik *Flaps*

- b) *V-Folding*, merupakan teknik lipatan berbentuk V dan akan dapat berdiri saat dibuka.



Sumber : www.technologystudent.com. Diakses tanggal 29 Maret 2020

Gambar 4.9. Teknik V-Folding

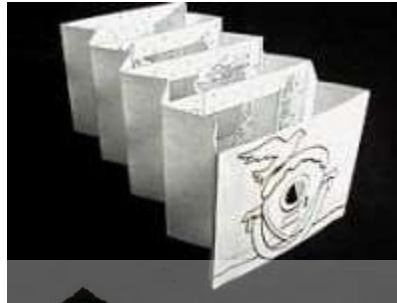
- c) *Volvelles*, teknik ini menampilkan unsur lingkaran dalam pembuatannya.



Sumber : www.technologystudent.com. Diakses tanggal 29 Maret 2020

Gambar 4.10. Teknik Volvelles

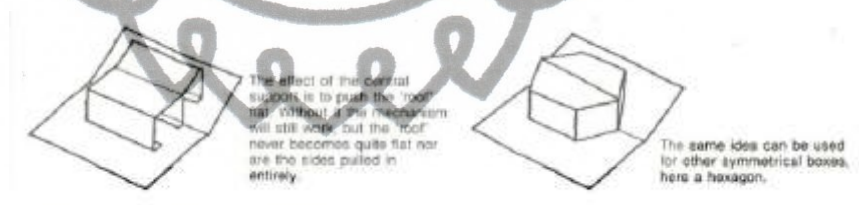
- d) *Peepshow*, teknik ini merupakan teknik yang tersusun dari tumpukan kertas yang memberi efek perspektif.



Sumber: Robert Sabudas NY *Peep Show Card*. Diakses tanggal 29 Maret 2020

Gambar 4.11. Teknik *Peep Show*

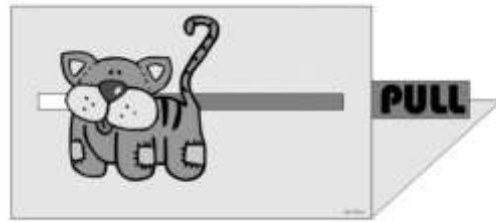
- e) *Floating layer*, teknik ini menggunakan bentuk persegi sebagai penyangga, sehingga saat dibuka, gambar terlihat seperti melayang atau mengambang.



Sumber: *Paper Engineering* oleh Mark Hiner

Gambar 4.12. Teknik Floating layer

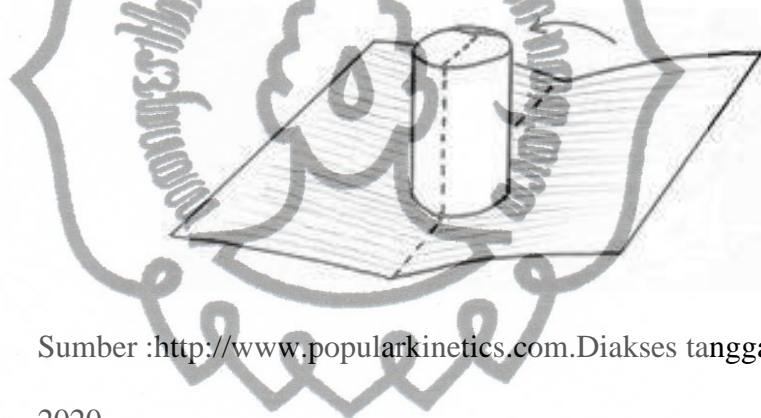
- f) *Pull-tabs*, merupakan teknik yang dapat ditarik atau digeser ke berbagai arah.



Sumber : www.technologystudent.com. Diakses tanggal 29 Maret 2020

Gambar 4.13. Teknik Pull-tabs

- g) *Boxand Cylinder*, merupakan teknik yang dibentuk seperti kotak atau kubus yang ada di tengah lipatan.



Sumber : <http://www.popularkinetics.com>. Diakses tanggal 29 Maret 2020

Gambar 4.14. Teknik *Boxand Cylinder*

2. Media Pendukung *Pop-Up Book*

a) Strategi Visual Verbal

1) *Headline*

Pemilihan *headline* disesuaikan dengan materi yang disampaikan yaitu pendidikan seks dasar untuk anak usia dini, dengan *headline* judul “Aku dan Tubuhku Istimewa”, dapat secara langsung membuat pembaca tahu tentang isi buku yang merangkum pengenalan anggota tubuh

terutama bagian vital, perawatan serta perilaku, dan melindungi bagian tersebut serta tubuh seluruhnya.

2) *Sub-Headline*

Pemilihan kalimat sebagai *sub-headline* penting dipertimbangkan karena bagian ini merupakan penyambung antara judul (*headline*) dengan isi (*bodycopy*), dalam *pop-up book* pendidikan seksual anak usia dini berikut *sub-headline* yang dipilih adalah “Pendidikan seksual anak usia dini”.

3) *Bodycopy*

Penyampaian pesan yang detail diperlukan agar konsumen dapat memahami fungsional produk serta USP yang ditawarkan oleh produk, dalam proses tersebut dibutuhkan penjelasan terkait materi dan deskripsi *pop-up book* pendidikan seks ini. Penyampaian isi dan materi buku serta tujuan perancang dituliskan dalam *pop-up book* sehingga target audiens dapat lebih tertarik dengan buku ini.

4) *Baseline*

Baseline digunakan untuk pencantuman media promosi termasuk promosi *online* buku seperti *facebook fanpages*, *instagram*, *twitter*, *email*, dan *website*.

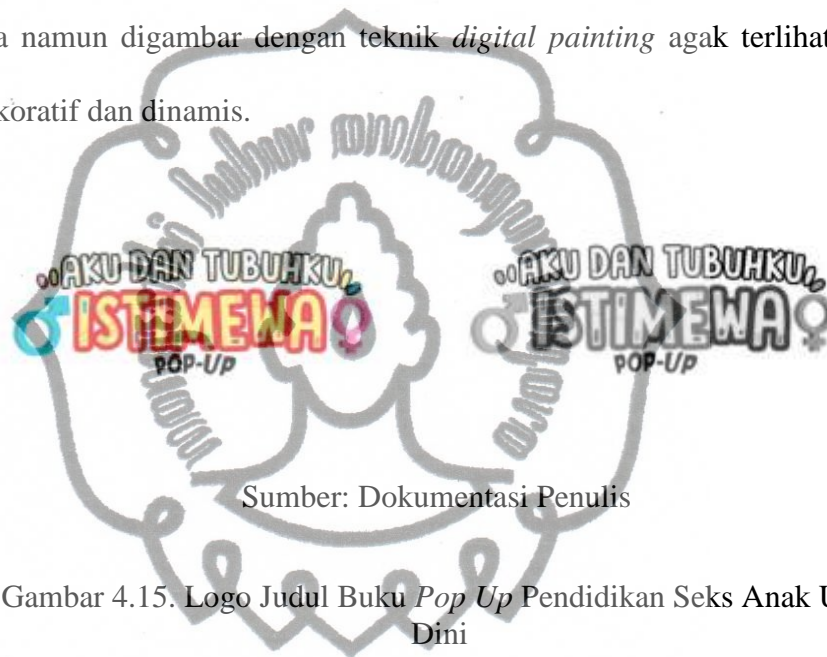
b) Strategi Visual Non-Verbal

1) Logo

Menurut Angela Oscario (2013) logo adalah elemen grafis yang berbentuk simbol, emblem, ikon, tanda yang digunakan sebagai lambang sebuah brand, atribut utama brand yang terlihat secara fisik. Namun logo

yang baik juga harus dapat menampilkan semua atribut nonfisik yang merupakan jiwa dari brand (visi misi, nilai, budaya).

Perancangan logo disesuaikan dengan media atau produk yaitu menggunakan *typeface* yang merupakan *headline* judul buku “Aku dan Tubuhku” yang dirancang agar terlihat lucu namun tetap *readable* atau mudah dibaca oleh anak. Perancangan logo tidak menggunakan *font* yang ada namun digambar dengan teknik *digital painting* agak terlihat lebih dekoratif dan dinamis.



Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 4.15. Logo Judul Buku *Pop Up* Pendidikan Seks Anak Usia Dini

2) Ilustrasi

Komponen desain yang paling penting terutama dalam suatu media promosi atau media pendukung desain utama merupakan ilustrasi. Penggunaan ilustrasi dalam media pendukung biasanya tidak lepas dari ilustrasi di media utama, dengan ada sedikit penyesuaian agar ilustrasi tetap dapat terlihat rapi dan dapat aplikatif di setiap media. Ilustrasi yang digunakan dalam media pendukung *pop-up book* pendidikan seks anak usia dini berikut menggunakan karakter utama dalam buku dan juga salah satu cuplikkan ilustrasi dari dalam buku. Penyesuaian dilakukan dengan

mengganti tata letak atau *layout* dari ilustrasi antara karakter, *background* dan tulisan.

3) Tipografi

Penggunaan tipografi dalam perancangan media pendukung disesuaikan dengan *typeface* yang dipakai dengan media utama, oleh karena itu untuk mengurangi kecenderungan dan ketimpangan desain atau karakter visual yang berbeda oleh karena itu pemilihan jenis huruf pun disamakan dengan jenis huruf pada media utama.

4) Warna

Penjelasan Monica (2011) warna memiliki bermacam-macam fungsi, seperti: (a) fungsi identitas, warna utama dalam logo suatu brand yang menjadi identitas; (b) fungsi isyarat, penggunaan warna merah sebagai isyarat berhenti pada lampu lalu lintas; (c) fungsi psikologis, dengan melihat warna orange dan merah yang memberikan kesan hangat atau warna hijau dan kuning yang memberi kesan segar; dan (d) fungsi alamiah, dalam pembuatan mainan atau properti tertentu, apel diberi warna asli merah atau hijau, bukan ungu atau hitam.

Melihat karakter warna yang kuat dalam suatu desain, membuat pemilihan warna sangat ditentukan dengan serius agar karakter produk tidak hilang. Menghindari hal tersebut terjadi, penggunaan warna dalam media pendukung pun disesuaikan dengan *tone color* dari media utama, namun lebih didominasi oleh warna putih agar lebih netral dan memiliki banyak *negative space*.

5) Layout

Layout yang digunakan dalam perancangan disesuaikan dengan karakter media yang digunakan agar tampilan visual lebih komunikatif dan enak dilihat. Media pendukung memiliki karakteristik yang berbeda mulai dari ukuran sampai metode cetak dan *finishing*, oleh karena itu peletakan atau *layout* ilustrasi, *font*, logo dan *bodycopy* perlu disesuaikan.

A. Pemilihan Media dan *Media Placement*

1. *Pop-Up Book* Sebagai Media Utama

Pop-up book sebagai media utama berisi materi terkait pendidikan seksualitas awal untuk anak usia 5-6 tahun dengan fokus visual konkret agar anak mudah memahami materi yang disampaikan. Unsur yang menentukan dalam perancangan tentunya bukan hanya unsur visual maupun verbal namun juga unsur fisik terkait ukuran, serta bentuk fisik *pop-up book* tersebut. Berikut deskripsi fisik buku dalam perancangan *pop-up book* pendidikan seksual ini:

- a. Jenis Buku : *Children Book (Pop Up)*
- b. Ukuran : 22 cm x 22 cm
- c. Jumlah Halaman : 26 halaman
- d. Warna : *Full Colour*
- e. Ketas Cover : *Art Paper 230 gr*
- f. Kertas Isi : *Art Carton 230 gr*
- g. *Finishing* : *Hard Cover finishing doff*

2. Media Pendukung

Selain perancangan media utama sebagai produk inti, dibutuhkan juga media pendukung sebagai sarana kampanye untuk publikasi media utama yaitu

pop-up book, media pendukung yang diperlukan antara lain:

a. Poster

Poster digunakan sebagai media publikasi fisik yang digunakan untuk mendukung promosi buku serta *merchandise* pembelian buku. Materi dalam poster terdiri dari *headline* judul buku (logo) yaitu “Aku dan Tubuhku Istimewa”, *sub-headline* berupa tagar atau kalimat slogan, serta *bodycopy* atau badan teks yang berisi penjelasan singkat tentang buku, atau juga bisa berisi imbauan terkait pencegahan kekerasan seksual pada anak. Spesifikasi poster yang antara lain sebagai berikut:

1. Bahan : *Art Paper 150 gr*
2. Ukuran : *A3*
3. Finishing : *Digital Printing*

b. Stiker

Stiker merupakan salah satu media yang mudah dan menarik karena biasanya berbentuk kecil dengan desain yang lucu dan sederhana. Pemilihan stiker sebagai media pendukung dikarenakan stiker juga dapat berfungsi sebagai *merchandise* dan media publikasi dan promosi. Spesifikasi stiker sebagai media promosi dan *merchandise* buku ini yaitu:

1. Bahan : *Sticker Vinnil*
2. Ukuran : *A3*
3. *Finishing* : *Digital Printing*

c. *Standing Banner*

Standing banner atau yang biasa dikenal dengan *x-banner* sering digunakan sebagai media publikasi oleh berbagai produk, event serta

instansi secara umum. *Standing banner* dipilih karena mudah dibaca karena memiliki ukuran yang tidak terlalu kecil ataupun besar, oleh karena itu dalam *standing banner/x-banner* akan ditampilkan unsur-unsur seperti *headline*, *sub headline*, serta *bodycopy* yang juga berisi tentang deskripsi buku dengan karakter visual yang sama dengan buku sebagai media utama. Spesifikasi yang akan dirancang anatara lain:

1. Bahan : MMT
2. Ukuran : 60 x 160 cm
3. *Finishing* : *Digital Printing*

d. Kaos

Kaos merupakan varian bonus *merchandise* yang diberikan setelah pembelian buku utama, selain stiker kaos juga menjadi salah satu *merchandise* yang sering digunakan dalam promosi suatu produk baru. Perancangan desain kaos juga tidak jauh dari media lain dengan tetap fokus pada karakter utama buku, *headline*, dan *sub-headline* utama.

e. *Tas Mika*

Perancangan *merchandise* yang sering digunakan yaitu tas mika, karena tas mika dapat secara fungsional dimanfaatkan kegunaannya. Sama seperti media lain yang dirancang sebagai pendukung promosi dan *merchandise*, tas mika dipilih juga sebagai salah satu *merchandise* pembelian buku dan masuk dalam satu paket produk dengan isi buku dan *merchandise* tersebut. Spesifikasi *totebag* yang akan dirancang yaitu:

1. Bahan : canvas
2. Ukuran : 35 x 45 cm
3. *Finishing* : *Digital Printing*

B. Prediksi Biaya Kreatif

Dalam suatu perancangan hal yang juga penting diperhitungkan selain mulai dari unsur visual, konseptual, verbal, promosi, media, serta pemilihan bentuk fisik dari produk yang akan dibuat, tentunya perlu diperhitungkan biaya produksi produk tersebut. Prediksi biaya dalam perancangan *pop-up book* pendidikan seks untuk anak usia dini dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1. Prediksi Biaya Perancangan *Pop-Up Book* Pendidikan Seks

No	Jenis Media	Jumlah	Harga per @	Biaya
1.	Media Utama			
a.	Buku Pop Up			
	- Cover 21 cm x 21 cm	1	Rp. 8.000,00	Rp. 8.000,00
	- Cutting 21 cm x 21 cm	1	Rp. 25.000,00	Rp. 25.000,00
	- Isi (kertas Art Carton A3+)	30	Rp. 3.000,00	Rp. 90.000,00
b.	Box	2	Rp. 5.000,00	Rp. 10.000,00
TOTAL 1 SET MEDIA UTAMA				Rp. 133.000,00

Cetak Buku Pertama	1000	Rp	133.000,00	Rp.	133.000.000,00
2.	Media Pendukung				
a.	Poster <i>Art Paper A3+</i>	1000	Rp .	2.750,00	Rp. 2.750.000,00
b.	Kaos	50	Rp .	75.000,00	Rp. 3.750.000,00
c.	Totebag	50	Rp .	20.000,00	Rp. 1.000.000,00
d.	Stiker	50	Rp .	10.000,00	Rp. 500.000,00
e.	Poster <i>Art Paper A3+</i>	10 buah	Rp .	2.750,00	Rp. 27.500,00
f.	<i>X-Banner</i> 60 x 160 cm	5 buah	Rp .	60.000,00	Rp. 60.000,00
TOTAL MEDIA PENDUKUNG				Rp.	8.087.500,00
Total Buku Cetakan Pertama				Rp.	133.000.000,00
Total Media Pendukung				Rp.	8.087.500,00
TOTAL PRODUKSI AWAL		Rp.		Rp.	141.087.500,00

Percetakan:

Cendana *Offset*

Jl. Pakel No.58, Bonangan, Sumber, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa

Tengah 57138

