

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI

3.1. Perolehan Data

3.1.1. Data Primer: Literasi

Pengumpulan data primer yang dilakukan dengan literasi bertujuan untuk mencari data terkait kesehatan mental dan pembahasan mengenai teori desain komunikasi visual. Literasi mengenai kesehatan mental berfokus pada buku-buku literatur yang membahas definisi dari kesehatan mental, hubungan kesehatan mental dengan bidang psikologi, fokus disiplin ilmu biopsikologi yang khusus membahas perkembangan otak manusia saat remaja, perkembangan remaja hingga dewasa awal, fase *quarter life crisis*, dan kaitannya dengan *stress*. Dari pengumpulan data melalui literasi, dapat disimpulkan bahwa kesehatan mental merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi kualitas hidup seseorang. Topik pembahasan ini terdapat dalam ilmu psikologi yang membahas mengenai hubungan pikiran dan perilaku manusia. Proses berpikir terjadi di otak yang senantiasa mengalami perkembangan, sehingga terdapat perubahan kognitif di setiap tahap kehidupan manusia. Pengaruh cara kerja otak dapat menjadi penyebab timbulnya fase *quarter life crisis* pada masa dewasa awal (20-30 tahun), termasuk *emerging adulthood*, yang juga dipengaruhi oleh adanya *stressor* atau tekanan di lingkungan sekitar.

Terkait dengan penelitian penulis, fase *emerging adulthood* berada di usia 18-25 tahun. Usia tersebut terdiri dari pertemuan antara fase remaja akhir dan dewasa awal, yang disebut sebagai fase transisi dari remaja ke dewasa. Target audiens dari perancangan ini merupakan remaja yang berusia 18-22 tahun. Hal ini ditentukan dengan pertimbangan bahwa terdapat perbedaan orientasi pada rentang usia dewasa awal. Individu pada usia 18-22 tahun sebagian besar merupakan pelajar atau mahasiswa, sedangkan individu pada usia di atas 22 tahun sebagian besar sudah bekerja. Pemilihan target audiens juga disesuaikan dengan tujuan perancangan, yaitu untuk memberikan edukasi dan mempersiapkan remaja untuk menghadapi *quarter life crisis*, terutama saat mereka sudah lepas dari bangku pendidikan dan mengemban tanggung jawab yang lebih besar, sehingga dapat meminimalisir terjadinya gangguan kesehatan mental yang lebih serius.

3.1.2. Data Sekunder: Dokumen dan Wawancara Ahli

- Dokumen Artikel dan Berita

Pengumpulan dokumen berupa berita dan artikel digunakan sebagai data pijakan dari latar belakang permasalahan. Hasil dari pengumpulan data menunjukkan fakta bahwa sebesar 75% dewasa awal dengan usia 25-33 tahun mengalami kecemasan akan masa depan yang biasa disebut *quarter life crisis*. Keadaan ini dipengaruhi oleh media sosial dan tuntutan sosial. Fase *quarter life crisis* merupakan fase yang normal dan sering dijumpai di kalangan *emerging adulthood* dan *early adulthood*. Untuk menghadapi tekanan yang muncul pada fase krisis ini, individu harus memiliki strategi *coping* yang tepat dan resiliensi yang tinggi, terutama pada usia remaja karena individu rentan terkena gangguan kesehatan mental. Berdasarkan riset, resiliensi orang Indonesia tergolong rendah dan mereka tidak paham bagaimana harus menghadapi tekanan. Selain itu, walaupun *quarter life crisis* dapat mengarah ke depresi atau *anxiety*, bukan berarti semua orang pada fase ini dapat mendiagnosis dirinya dengan kedua jenis gangguan kesehatan mental tersebut. Jadi, edukasi mengenai *quarter life crisis* sangat dibutuhkan.

- Dokumen Gambar

Dokumen berupa gambar digunakan untuk melakukan studi komparasi desain dan sebagai referensi yang akan digunakan dalam perancangan. Hasil dari pengumpulan data merupakan desain atau perancangan yang telah terpublikasi. Terdapat beberapa desain yang bertema kesehatan mental dan ditujukan untuk kalangan remaja. Dari tampilan visual yang diulas, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan teks pada komunikasi visual sebaiknya tidak terlalu banyak karena kebiasaan anak muda yang tidak suka membaca. Penyampaian pesan atau informasi lebih baik ditunjukkan dengan cara menonjolkan unsur ilustrasi. Teks dapat digunakan, namun hanya berupa kalimat pendek atau *quotation*. Warna yang sebaiknya digunakan untuk perancangan dengan topik kesehatan mental adalah warna-warna yang cerah dan *calm*, agar bisa mengangkat suasana yang membangun semangat pembaca dan memberikan perasaan tenang. Gaya ilustrasi yang dapat digunakan untuk remaja adalah gaya semi-realis, yaitu gabungan antara gaya kartun dan realis, sehingga visual yang dihasilkan bersifat ekspresif dan lucu namun tidak kekanak-kanakan.

- **Dokumen Video, Webinar, dan Kelas Online**

Materi-materi seputar topik *quarter life crisis* didapatkan dari video platform psikologi di YouTube, webinar yang diselenggarakan oleh institusi pendidikan tinggi atau lembaga psikologi, dan kelas *online* dengan narasumber psikolog klinis.

Dalam beberapa video yang diunggah oleh Satu Persen, disebutkan bahwa *quarter life crisis* merupakan krisis emosional yang terjadi karena mimpi atau cita-cita yang ingin dicapai oleh seseorang. Hal ini terjadi karena individu tidak siap untuk mengejar mimpi tersebut dan takut dengan segala macam resiko yang harus diambil ketika membuat keputusan, sehingga merasa tidak yakin dengan mimpi yang sudah terbayang di pikirannya. Selanjutnya, individu akan mulai berpikir secara realistis dan berakibat pada perasaan terombang-ambing antara 2 hal, yaitu hal yang mereka inginkan tetapi tidak bisa dicapai, atau hal yang mereka sudah capai tetapi tidak sesuai dengan keinginan. Situasi ini menimbulkan terjadinya krisis. Banyaknya pilihan mengenai karir dan jalan menuju masa depan, yang semakin mudah diketahui melalui teknologi informasi, dapat membuat seseorang semakin bingung untuk memilih. Selain itu, tuntutan dari orang-orang sekitar yang bertentangan dengan keinginan pribadi membuat individu semakin bingung untuk memilih memenuhi keinginan diri sendiri atau menyesuaikan ekspektasi orang lain (*people pleaser*). Ekspektasi dari orang sekitar juga dapat memperburuk keadaan karena dapat menimbulkan sikap membandingkan diri dan *overthinking* yang muncul di benak individu. *Quarter life crisis* merupakan fase yang normal terjadi karena seiring bertambahnya usia, *stressor* akan semakin bertambah. Puncaknya berada di usia sekitar 20 tahun. *Quarter life crisis* memiliki dampak positif jika individu dapat mengatasinya dengan baik. Tips yang dapat dilakukan untuk menghadapi *quarter life crisis* adalah menerima keadaan, mulai bersikap proaktif, mencari solusi yang sesuai dengan diri sendiri, tidak perlu terburu-buru dalam berproses, dan sabar dalam menjalani keadaan. Pada akhirnya, *quarter life crisis* merupakan proses yang panjang dan tidak dapat diselesaikan dalam waktu singkat karena terkait dengan proses pemahaman diri yang dapat membentuk pribadi yang lebih tangguh.

Topik mengenai *quarter life crisis* juga pernah diangkat dalam webinar “Webhypnar Quarter Life Crisis” yang diadakan oleh UKM Hypnomorphosis

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, webinar “CARE 2022: 101 Ways to Face Quarter Life Crisis” yang diadakan oleh Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Petra, webinar “Quarter Life Crisis & Cara Menghadapinya” yang diadakan oleh SOA Parenting & Education Support Center, dan kelas *online* yang diadakan oleh Veny Mulyani and Partners Clinic. Hasil yang dapat ditarik dari materi yang diberikan adalah bahwa *quarter life crisis* merupakan fase individu merasa khawatir dan cemas dengan masa depannya karena dampak dari masa lalu dan pengaruh faktor eksternal maupun internal. Faktor eksternal dapat berupa kurangnya *support system*, tuntutan sosial dan ekspektasi dari orang lain, dan perkembangan zaman yang memberikan kemudahan akses informasi dan berakibat pada banyaknya pilihan dan perbandingan yang dilakukan. Faktor internal dapat berupa *self-doubt*, emosi negatif, dan sikap *denial*. *Quarter life crisis* juga terjadi karena adanya perbedaan jauh antara *ideal self* (ekspektasi diri) dan *real self* (realita diri). Terdapat 5 tahap yang terjadi pada *quarter life crisis*, yaitu

1. *Locked-in*, merupakan keadaan ketika individu mulai merasa tertekan dan *stuck* dalam situasi yang ada.
2. *Separation*, merupakan keadaan ketika individu mengalami gejala emosi yang bercampur.
3. *Time-out*, merupakan keadaan ketika individu mulai melakukan refleksi diri (*mindfulness*) dan menerima diri sendiri, sehingga tidak *judgmental*.
4. *Exploration*, merupakan keadaan ketika individu mulai bangkit dan melakukan eksplorasi yang baru. Tetapi, terdapat 2 kemungkinan kondisi yang terjadi, yaitu positif dan negatif. Kondisi positif muncul karena individu merasa bersemangat dirinya akan bangkit lagi, sedangkan kondisi negatif muncul karena individu tidak tahu keadaan ke depan akan seperti apa. Kondisi negatif ini memungkinkan individu untuk kembali ke tahap *locked-in*.
5. *Rebuilding*, merupakan keadaan ketika individu memunculkan kembali motivasi dan komitmen dalam hidupnya, sehingga timbul resiliensi.

Salah satu cara dalam menghadapi *quarter life crisis* adalah dengan mengapresiasi diri sendiri, berhenti membandingkan diri, dan secara spiritual percaya bahwa apa yang Tuhan berikan saat ini adalah yang terbaik. Jika individu tidak menyadari adanya *quarter life crisis*, akan ada dampak bahaya

yang ditimbulkan, seperti *low self-esteem*, krisis eksistensi, merasakan kehampaan, membatasi interaksi, dan gangguan kecemasan hingga depresi. Perlakuan dari orang tua yang cenderung ketat dalam mengatur anaknya dapat membuat anak menjadi tidak dapat memutuskan segala sesuatu secara mandiri, tidak mengerti apa yang menjadi *passion* dan kesukaannya, dan tidak mengerti bagaimana harus menjalani hidup. Jadi, kesadaran terhadap *quarter life crisis* sangat penting untuk dipahami.

- **Wawancara Ahli**

Melalui wawancara ahli, didapatkan data bahwa *quarter life crisis* merupakan krisis yang terjadi di usia seperempat baya dan merupakan lanjutan dari krisis identitas yang terjadi di masa remaja. Krisis identitas yang tidak dapat diselesaikan pada masa remaja akhir akan terbawa menjadi krisis seperempat baya, di mana individu mulai memasuki usia dewasa dan mengalami perubahan yang menuntut tanggung jawab yang lebih besar.

Penyebab terjadinya krisis dapat berasal dari lingkungan keluarga dan lingkungan sosial. Individu yang berada di keluarga dengan relasi interpersonal dan dukungan yang rendah akan mudah mengalami krisis. Individu yang terlalu nyaman berada di lingkungan keluarga tanpa konflik juga rentan mengalami krisis yang disebabkan oleh ketidaksiapan dalam menghadapi konflik di luar rumah. Selain itu, individu yang membandingkan dirinya dengan orang lain untuk mencapai aktualisasi diri juga dapat terkena krisis.

Krisis yang tidak diselesaikan dengan baik dapat menyebabkan *stress* yang memungkinkan untuk berkembang menjadi gangguan kesehatan mental, seperti kecemasan, depresi, dan gangguan *mood*. Individu yang mengalami krisis cenderung cemas dengan kehidupannya, identitas dirinya, dan masa depannya. *Stress* dan cemas yang normal adalah ketika individu yang mengalaminya dapat mengatasi keadaan tersebut, sehingga keadaan dirinya berangsur normal kembali. *Stress* dan cemas yang tidak normal adalah ketika keadaan tersebut semakin parah dan mengganggu individu yang mengalaminya, sehingga terjadi gangguan kesehatan mental.

Ketika individu mengalami gejala tertentu terkait gangguan mental dan tidak mengerti apakah dirinya masih normal atau mengalami gangguan, sebaiknya segera memeriksakan diri ke ahlinya. *Self-diagnosis* merupakan hal yang berbahaya karena diagnosis hanya dapat dilakukan dengan menggunakan

buku panduan khusus (PPDGJ dan DSM) dan pengukuran melalui tes yang dilakukan oleh psikolog.

Individu yang dapat mengembangkan *growth mindset* dan religiusitasnya akan lebih mudah dalam menghadapi krisis, sehingga dapat meminimalisir terjadinya *stress* yang mengarah ke gangguan mental. Laki-laki dan perempuan dapat mengalami krisis identitas yang berlanjut pada *quarter life crisis*, tetapi perempuan lebih mudah terkena depresi karena *stress* yang menumpuk. *Stress* dapat dihilangkan sejenak dengan sesuatu yang menghibur, tetapi kemudian individu harus berpikir kembali untuk menyelesaikan masalahnya.

3.2. Analisis Data

3.2.1. Analisis Data Primer dan Sekunder

Penulis melakukan analisis berdasarkan hasil pengumpulan data primer dan sekunder. Analisis dilakukan dengan metode triangulasi data yang berasal dari literasi, dokumen, dan wawancara ahli. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa banyak individu yang berada di usia dewasa awal mengalami fase *quarter life crisis*, yang tandatandanya dapat mulai dirasakan di masa remaja. Masa lalu individu berdampak pada situasi krisis dan dapat menimbulkan *stress* pada individu. Jadi, dibutuhkan komunikasi visual yang tepat dan menarik untuk memberikan informasi, meningkatkan resiliensi, dan mempersiapkan diri untuk menghadapi krisis yang terjadi di masa dewasa awal.

3.2.2. Analisis SWOT

Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang terdapat pada buku sebagai media perancangan komunikasi visual, maka disusun analisis sebagai berikut

STRENGTH	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none">- Buku tidak merusak mata- Dapat dibuat secara menarik- Penggunaan ilustrasi dan jalan cerita	<ul style="list-style-type: none">- Buku membosankan bagi remaja- Buku mudah rusak
OPPORTUNITY	THREAT
<ul style="list-style-type: none">- Remaja lebih menyukai tampilan grafis dibanding teks- Inovasi dari perancangan yang sudah ada	<ul style="list-style-type: none">- Remaja kurang berminat terhadap buku- Harga buku cenderung mahal

Gambar 22. Bagan SWOT
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

- *Strength:*
Buku tidak merusak mata jika dibandingkan dengan penggunaan media digital yang diakses melalui *gadget*. Buku juga bisa dibuat dengan tampilan menarik dan tidak membosankan. Penyampaian pesan melalui jalan cerita bergambar dan penggunaan gaya ilustrasi semi-realis dapat menjadi pembeda antara perancangan ini dan perancangan lainnya.
- *Weakness:*
Buku tidak relevan dengan kesukaan remaja di era digital karena dianggap membosankan jika dibandingkan dengan multimedia atau media interaktif lainnya. Secara fisik, buku juga mudah rusak jika tidak disimpan dan dirawat dengan baik.
- *Opportunity:*
Remaja cenderung menyukai buku yang memiliki banyak grafis dan terlihat *aesthetic* dibandingkan buku yang memiliki banyak tulisan. Selain itu, perancangan terdahulu yang juga berupa buku ilustrasi mengenai *quarter life crisis* belum ada yang memberikan jalan cerita dan visual yang ekspresif sebagai strategi penyampaian edukasi.
- *Threat:*
Remaja di era digital kurang berminat terhadap buku fisik. Harga buku yang cukup mahal merupakan salah satu alasan yang membuat orang berpikir dua kali untuk membeli.

3.2.3. Unique Selling Proposition

Hasil dari analisis SWOT dapat digunakan untuk menentukan *unique selling proposition* pada perancangan. Perancangan yang akan dibuat merupakan buku cerita yang mengandung unsur grafis, serta menggunakan warna-warna cerah dan gaya ilustrasi semi-realis yang ekspresif agar tidak membosankan bagi remaja. Jalan cerita yang menghibur akan memudahkan target audiens dalam menangkap perasaan dan pesan yang disampaikan mengenai krisis. Di dalam buku juga terdapat tips yang diberikan secara implisit untuk menghadapi *quarter life crisis*. Keyword yang dihasilkan adalah buku cerita berilustrasi, *cheerful*, fantasi, dan informatif.

3.3. Sasaran Khalayak

Perancangan ini ditujukan bagi sasaran khalayak dengan klasifikasi tertentu untuk mengedukasi target audiens mengenai *Quarter Life Crisis*. Berikut merupakan pembagian klasifikasi target audiens yang dituju

3.3.1. Demografis

- Usia : 18-22 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Pendidikan : SMA hingga Perguruan Tinggi
- SES : B hingga A, berdasarkan klasifikasi Nielsen dalam Sondari et. al. (2019)

3.3.2. Geografis

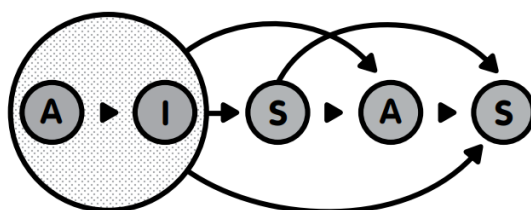
- Khusus : Kota Semarang
- Umum : Kota besar lainnya di Indonesia

3.3.3. Psikografis

- Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi tentang kesehatan mental
- Peduli terhadap kesehatan mental
- Mudah cemas dan *insecure*
- Familiar dengan penggunaan *smartphone* dan teknologi
- Aktif di media sosial, seperti Instagram, Twitter, YouTube, dan lain-lain
- Menyukai buku cerita atau buku ilustrasi

3.4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan pada media utama berupa buku adalah konten edukatif yang disajikan dalam bentuk hiburan melalui narasi. Penyampaian pesan dilakukan dengan menggunakan jalan cerita yang memiliki *sequence*, bukan dalam wujud komik, tetapi konsepnya sejenis dengan *storyboard*. Informasi mengenai bagaimana krisis dapat terjadi akan disampaikan melalui cerita yang diwakilkan oleh dua orang karakter (laki-laki dan perempuan) yang memiliki permasalahan yang berbeda pada masa krisis.



Gambar 23. Alur Nonlinear AISAS
Sumber: Buku *“The Dentsu Way”* (2011)

Strategi komunikasi yang digunakan untuk melakukan pemasaran adalah strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Menurut Sugiyama dan Andree (2011:79-81), AISAS merupakan proses di mana konsumen akan menjadi penyalur informasi mengenai pengalaman mereka terhadap suatu produk kepada orang lain, yang disebut dengan proses *word of mouth*. AISAS memiliki alur nonlinear yang berarti proses yang dilakukan tidak harus melewati kelima tahapan yang ada (lihat Gambar 23). Terdapat tahap yang dapat terlewat atau terulang. Strategi AISAS yang digunakan pada perancangan ini dapat dijabarkan sebagai berikut

- *Attention*

Menarik perhatian target audiens terhadap media perancangan dilakukan dengan membuat peta mini yang terhubung dengan konten Instagram untuk memberikan kesadaran tentang adanya media komunikasi visual yang berisi cerita edukasi tentang *quarter life crisis*. Peta mini merupakan media cetak yang dapat diletakkan di tempat-tempat tertentu yang sering dikunjungi remaja.

- *Interest*

Cara yang dilakukan untuk memancing ketertarikan target audiens terhadap media perancangan adalah dengan membuat *sneak peek* dari isi buku dan *book set preview* melalui konten Instagram.

- *Search*

Ketika target audiens mulai tertarik, maka akan diarahkan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai media perancangan dengan menggunakan konten Instagram. Konten dapat berisi *link* pembelian produk dan informasi mengenai rincian buku dan lokasi distribusi (toko buku). Pada toko buku juga dapat diletakkan *banner*.

- *Action*

Target audiens akan membeli buku tersebut dan mendapatkan cerita edukasi seputar *quarter life crisis* dan kesehatan mental. Untuk meningkatkan kepastian atau keinginan agar target audiens secara pasti melakukan *action*, maka akan dibuat konten Instagram dengan tujuan persuasi, seperti memberikan *special merchandise set* untuk 100 pembeli pertama.

- *Share*

Strategi yang dibuat agar target audiens membagikan pengalamannya mengenai media perancangan adalah dengan membuat *hashtag* pada Instagram. Selain itu, tahap *share* juga dapat dilakukan dengan komunikasi mulut ke mulut.

3.5. Konsep Penyampaian Pesan

- Tema

Perancangan ini mengangkat tema mengenai kesehatan mental pada remaja dan dewasa awal yang berfokus pada *quarter life crisis*. Cerita fiksi pada perancangan memiliki genre *slice of life* dengan sedikit sentuhan fantasi yang menggambarkan kisah yang umumnya dialami oleh sebagian besar individu. Cerita yang disuguhkan akan menggiring pemikiran target audiens untuk meningkatkan *growth mindset* yang dibutuhkan untuk menghadapi krisis. Penyusunan teks pendek dan *quotation*, yang digunakan untuk mendampingi ilustrasi dan memberi keterangan singkat, dibuat agar memiliki kesan yang menenangkan dan menghibur.

- Judul

Judul yang disematkan pada media buku adalah "*Efflorescence : An Inevitable Journey*". Dalam Bahasa Inggris, *efflorescence* memiliki arti proses perkembangan yang terjadi pada bunga. Sinonim dari kata *efflorescence* adalah *blooming*, *blossoming*, *flowering*, dan sebagainya. Perkembangan bunga pada suatu tumbuhan menunjukkan bahwa tumbuhan tersebut memasuki fase dewasa. *An inevitable journey* memiliki arti perjalanan yang tidak dapat dihindari. Penyusunan judul tersebut memiliki arti bahwa proses perkembangan pada makhluk hidup, terutama manusia, tidak dapat dicegah dan harus dilewati. Bunga yang mulai tumbuh tidak langsung mekar, melainkan mengalami proses dari kuncup. Sama seperti manusia, menjadi dewasa adalah sebuah proses yang tidak berlangsung secara instan dan banyak tantangan yang harus dihadapi. Pada akhirnya, semua proses yang dilewati akan membawa setiap individu menuju sesuatu yang indah.

3.6. Strategi Media

Media utama yang digunakan dalam perancangan adalah buku. *Cover* buku menggunakan *hardcover* dengan laminasi *doff*. Buku ilustrasi dirancang dengan ukuran 155mm x 210mm dengan orientasi *portrait*. Terdapat 75 halaman pada isi buku yang menggunakan kertas BC. Buku memiliki bagian interaktif tertentu dengan wewangian yang dapat dirasakan oleh pembaca. Bagian yang terdapat pada buku terbagi menjadi

- *Cover* depan dan belakang
- Daftar isi
- *Prologue: The Magic Map*

Berisi cerita awal dari perjalanan yang dimulai oleh karakter yang bermula dari penemuan sebuah peta.

- *Open The Door*
Merupakan pembuka jalan cerita yang menunjukkan karakter masuk ke sebuah tempat yang tidak mereka kenal. Bab ini berisi visualisasi mengenai tahap *locked-in* dengan gambaran kehidupan di masa remaja akhir, bagaimana waktu terus berjalan, dan perasaan *stuck*.
- *The Dark Alley*
Merupakan permulaan munculnya konflik dengan menyajikan visualisasi mengenai krisis dan proses aktualisasi diri yang dialami karakter. Bab ini merupakan visualisasi dari tahap *separation*, di mana gejolak emosi mulai bercampur.
- *The Blue Hour*
Merupakan klimaks cerita yang berisi visualisasi tentang bagaimana karakter terjebak dalam situasi *dilemma* terhadap apa yang harus dilakukan. Pada bab ini, terdapat lanjutan visualisasi mengenai tahap *separation* dan dilanjutkan dengan tahap *time-out*.
- *Beautiful Sunrise*
Merupakan penyelesaian cerita dengan visualisasi tahap *time-out*, *exploration*, dan *rebuilding* mengenai proses *mindfulness* dan membangun motivasi pada diri karakter.
- *Epilogue: Unlock The New Chapter*
Berisi ilustrasi cerita dengan *ambiguous ending*. Akhir cerita memberikan kesan bahwa akan ada kelanjutan dari perjalanan tokoh, namun sebenarnya tidak ada, dan pembaca yang harus menebak sendiri. Pemilihan jenis *ending* ini berdasarkan korelasi jalan cerita bahwa masa depan tidak dapat diprediksi dan manusia hanya dapat berusaha untuk mengontrol *mindset* mereka terhadap keadaan yang di luar kendali.

3.7. Gambaran Perancangan

Perancangan ini akan menghasilkan 2 jenis media yang digunakan sebagai sarana komunikasi visual, yaitu media primer dan media sekunder, untuk menghasilkan komunikasi yang efektif kepada target audiens dan menghasilkan daya tarik. Rincian media yang digunakan, antara lain

- Media Primer
Perancangan ini menggunakan buku cerita ilustrasi sebagai media primer. Target audiens remaja akan disuguhkan buku yang berisi jalan cerita bergambar dengan penggunaan teks minimalis, sehingga audiens yang tidak suka membaca juga dapat menikmati dan memahami konten yang ada pada buku. Bahasa yang digunakan merupakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Cara bercerita pada buku dibuat agar dapat menjadi edukasi

sekaligus hiburan bagi target audiens dengan dukungan sisi interaktif buku. Jenis ilustrasi yang digunakan adalah semi-realis. Jenis *font* yang digunakan adalah *sans-serif* dan *handwriting* untuk memberikan kesan santai dan tenang. *Layout* yang digunakan adalah penggabungan 2 halaman menjadi 1, sehingga terlihat luas. Penggunaan warna *vibrant* bertujuan untuk merangsang emosi dan energi yang positif pada pembaca.

- Media Sekunder

Untuk mendukung berlangsungnya komunikasi yang efektif melalui promosi, media yang digunakan adalah Instagram dan X-Banner. Selain itu, terdapat media sekunder yang digunakan sebagai pelengkap dari *package* media primer, antara lain *postcard*, *bookmark*, *quote card*, *notebook*, dan *air freshener*.

3.8. Perencanaan Biaya Kreatif (Rencana Anggaran Biaya)

NO.	KETERANGAN	JUMLAH	HARGA	SUB-TOTAL
1	Desain Buku	-	Rp 2.500.000,00	Rp 2.500.000,00
2	Desain Instagram	-	Rp 1.000.000,00	Rp 1.000.000,00
3	Cetak Buku	100 jilid	Rp 70.000,00	Rp 7.000.000,00
4	Cetak X-Banner	20 buah	Rp 180.000,00	Rp 3.600.000,00
5	Cetak Postcard	100 lembar	Rp 5.000,00	Rp 500.000,00
6	Cetak Bookmark	100 lembar	Rp 3.000,00	Rp 300.000,00
7	Cetak Notebook	100 jilid	Rp 30.000,00	Rp 3.000.000,00
8	Cetak Peta	100 lembar	Rp 7.500,00	Rp 750.000,00
9	Cetak Air Freshener	100 lembar	Rp 5.000,00	Rp 500.000,00
10	Cetak Quote Card	100 lembar	Rp 3.000,00	Rp 300.000,00
11	Cetak Tumbler	100 buah	Rp 30.000,00	Rp 3.000.000,00
12	Cetak Gantungan	100 buah	Rp 5.000,00	Rp 500.000,00
TOTAL				Rp 22.950.000,00

Tabel 1. Rencana Anggaran Biaya
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)