

# Perancangan Desain Cover Buku Jurnal untuk Target Market Gen Z

Nichola Audrey

Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra  
naudreywitonono@student.ciputra.ac.id

## ABSTRAK

*Journaling* adalah salah satu aktivitas yang menjadi pilihan Gen Z dalam mengurangi stress sehingga dapat menjaga kesehatan mental mereka. Selama masa pandemi COVID-19, masalah kesehatan mental kian meningkat. Oleh sebab itu, bisnis buku jurnal dianggap berpotensi untuk dijalankan dan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana menciptakan desain cover buku jurnal yang sesuai agar dapat menarik perhatian calon pembeli Gen Z. Perancangan desain akan dilakukan berdasarkan teori desain dan survei terhadap 50 responden. Tinjauan teori akan diperoleh dari sumber pustaka seperti buku dan jurnal desain yang disimpulkan dan kemudian dilakukan survei online terhadap Gen Z untuk mengetahui validitas dari tinjauan teori tersebut. Dari hasil survey yang didapat menyatakan bahwa tinjauan teori yang digunakan sesuai dengan jenis desain yang Gen Z gemari yaitu *flat illustration* dengan paduan warna pastel dan netral.

Kata Kunci: Teori Desain, Buku Jurnal, Desain Visual

## PENDAHULUAN

*Journaling* adalah kegiatan atau hobi dimana seseorang menuliskan dan melampirkan isi pikiran, perasaan, dan emosi mereka, sehingga lebih mudah untuk mencerna dan memahami diri mereka sendiri dengan lebih jelas. Selain itu, jika seseorang bergumul dengan stres, *anxiety*, atau depresi, aktivitas *journaling* dapat bermanfaat dalam membantu mengendalikan & memahami emosi, dan meningkatkan kualitas kesehatan mental.

Ketertarikan terhadap aktivitas *journaling* ini pun melonjak sejak terjadinya pandemi Covid-19. Merasa stres dan cemas selama pandemi adalah hal yang wajar, dan stres dapat mengakibatkan banyak efek samping negatif. Sejak awal pandemi ini dimulai, terdapat banyak isu kesehatan mental yang bermunculan karena orang-orang memiliki perilaku dan respon emosional yang berbeda. Perbedaan ini juga tergantung pada latar belakang dan komunitas mereka dan memiliki hasil yang berbeda juga (Kaligis et al., 2020). Banyak orang berpaling kepada *journaling* sebagai sebuah outlet kesehatan mental dan ekspresi emosional yang dapat mereka lakukan secara individu dalam kenyamanan dan keamanan rumah sendiri.

Melihat adanya kenaikan dalam aktivitas *journaling* ini dan banyaknya merek lokal yang berfokus menjual aneka buku jurnal seperti *Paperielab* dan *Peek My Book*, dimana keduanya memiliki jumlah pengikut lebih dari 25.000 di Instagram, maka penelitian ini ditulis sebagai bagian dari perencanaan pembuatan bisnis buku jurnal yang berfokus pada perancangan desain buku agar menarik minat Gen Z.

Dengan mengetahui fungsi *journaling* dan kebiasaan menggunakan buku jurnal secara umum maka dapat membantu perancangan desain cover dari segi ukuran buku agar sesuai dengan kebutuhan target market yang dituju. Desain cover juga akan dirancang berdasarkan dengan gaya desain yang diteliti, observasi produk kompetitor serta didukung dengan hasil survey agar lebih tervalidasi sehingga ketika dipasarkan akan mendapatkan respon positif dari calon pembeli.

## KAJIAN TEORI

### 1. *Journaling*

*Journaling* atau aktivitas menuliskan semua pikiran dan perasaan dalam sebuah media, memiliki banyak fungsi. Selain menjadi sebuah catatan harian dan agenda, sebuah jurnal dapat membantu dalam “memperbaiki” kesehatan mental kita. Menurut riset yang dilakukan oleh University of Rochester Medical Center (2021), *journaling* memiliki banyak dampak positif, seperti mengurangi kecemasan (*anxiety*), mengurangi stres, dan mengatasi depresi. Ini dapat tercapai karena *journaling* bisa menjaga dan mengurangi gejala penyakit mental. *Journaling* dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang berbeda yaitu *reflective journaling* dan *visual journaling*.

*Reflective journaling* adalah jenis penulisan jurnal dimana tujuan utamanya adalah untuk menganalisis perkembangan psikologis seseorang. Dengan mencatat semua ide dan pemikiran, penulisan jurnal dapat mendorong orang untuk belajar, mencoba ide-ide berbeda, dan mengambil pelajaran dari pengalaman hidup yang dapat diaplikasikan di hidup mereka kedepannya (O’Connell & Dymont, 2013).

*Visual journaling* adalah sebuah bentuk penulisan jurnal dimana pikiran dan pengalaman seseorang digambarkan menggunakan visual dan teks tertulis. Menurut Ganim & Fox (1999), pencetus dari teknik *visual journaling*, dua aspek yang penting dalam *visual journaling* adalah *focused artmaking* dan *reflective journaling*. Ketika dua hal ini digabung, hasil gambaran dan penggunaan kata-kata ini dapat mengungkapkan perasaan dan membuat sebuah kesan yang mendalam. Yang menarik dari teknik penjurnalan ini adalah hasil akhir sebuah jurnal visual yang merupakan manifestasi fisik bagaimana sebuah pikiran, perasaan, emosi akan terlihat jika diekspresikan dengan bentuk, warna, dan gambaran (Ganim & Fox, 1999).

Pada umumnya penulisan jurnal dilakukan di rumah namun tidak menutup kemungkinan dilakukan diluar rumah sehingga umumnya ukuran buku jurnal yang populer digunakan adalah A5 atau 14.8 x 21 cm. Oleh sebab itu untuk perancangan cover desain akan menggunakan ukuran A5.

### 2. Gaya Desain

Gaya desain yang ada di Indonesia pada umumnya terpengaruh dari negara lain, salah satunya adalah negara Barat dan kebutuhan untuk mengonsumsi “gaya” ini kian meningkat. Penyebab meningkatnya kebutuhan tersebut karena adanya persepsi bahwa gaya desain menjadi tanda partisipasi pada arus utama yang paling baru dan bila menggunakan gaya yang sama dengan negara-negara Barat, maka seolah-olah pengguna juga sama majunya dengan masyarakat dari negara

tersebut. Oleh sebab itu, gaya desain menjadi faktor mengapa sebuah produk dibeli oleh konsumen (Sunarto, 2013).

Karena pemilihan gaya desain sangat penting untuk menarik minat dari target market tertentu, maka dalam perancangan sebuah produk harus mempertimbangkan gaya yang akan dipilih. Seperti target market Gen Z, yang cenderung menyukai sesuatu yang modern maka gaya desain yang dipilih adalah gaya yang dalam beberapa tahun terakhir menjadi sangat populer di kalangan Gen Z yaitu *flat illustration*; gaya desain 2 dimensi yang condong kepada gaya minimalis dan lebih memainkan warna *solid*, dibanding dengan menggunakan banyak gradien. Kegunaan gaya *flat illustration* ini juga untuk mereplikasi dunia 3 dimensi menggunakan elemen-elemen 2 dimensi (Banga and Weinhold, 2014).



Gambar 1 Contoh flat design (Sumber: Fastwork, 2020)

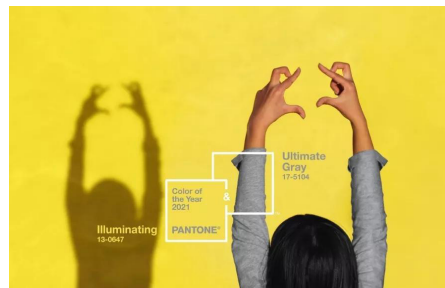
### 3. Teori Warna

Warna memiliki peran yang sangat penting dalam pembuatan sebuah desain. Menurut riset yang dilakukan oleh *Color Marketing Group*, 85% alasan orang membeli sebuah produk tergantung pada aplikasi pewarnaannya (CMG, 2018). Ini mendukung bahwa desain dan aspek visual menambah *marketability* dari sebuah produk. Hasil survei ini didukung adanya teori psikologi warna yang menyatakan bahwa warna memiliki dampak perilaku dan persepsi seseorang mengenai sebuah hal secara tidak disadari, dan persepsi ini dipengaruhi oleh jenis kelamin, umur, kebudayaan, latar belakang etnis, dll (Mollica, 2013).

Karena banyak faktor yang berkontribusi pada persepsi orang mengenai warna, banyak perusahaan yang menawarkan jasa konsultasi warna. Konsultasi ini dilakukan oleh sekelompok orang yang ahli dalam berbagai macam industri yang dapat membantu memprediksi atau bahkan mempengaruhi tren kedepannya. Hasil dari riset dan konsultasi ini meningkatkan minat konsumen dan penjualan melalui pemilihan warna (Goguen, 2012) Salah satu contoh dari perusahaan yang berurusan dengan tren warna dalam desain adalah *Pantone*.

Setiap tahunnya, *Pantone* mengeluarkan Color of the Year untuk menunjukkan warna yang paling populer dan menjadi trend pada tahun itu. Melalui informasi ini,

kita dapat melihat bahkan Pantone pada tahun 2019 juga mengeluarkan warna yang khusus didedikasikan untuk Gen-Z dengan memberi nama salah satu warna populer “Yellow Gen-Z”. Warna tersebut melambangkan keunikan dan ekspresi individualitas mereka. Adapun Color of the Year yang dikeluarkan Pantone untuk tahun 2021 ini adalah warna kuning dan abu-abu, dimana merupakan refleksi orang-orang terhadap situasi Covid-19 saat ini dan diharapkan akan ada hal baik yang akan datang. Warna kuning berjudul Illuminating ini mencerminkan gairah dan kekuatan sedangkan warna abu-abu Ultimate Grey memiliki arti fondasi yang kuat, dimana makna dari kedua warna ini adalah kondisi jiwa di masa pandemi ini. Baik ketika sedang dalam senang maupun butuh ketegaran, keduanya diperlukan untuk terus berjalan menghadapi tahun 2021.



Gambar 2 Color of the Year 2021 (Sumber: Pantone, 2021)

## METODOLOGI

### 1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah *literature review*, atau kajian pustaka, survei dan observasi. Kajian pustaka adalah metode dimana banyak sumber diulas dan digabungkan untuk memberi argumen yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi metode-metode yang digunakan oleh peneliti/penulis lain, menunjukkan seberapa pentingnya sebuah permasalahan, menemukan faktor-faktor penting yang mempengaruhi masalahnya, dan untuk mendapatkan perspektif baru yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya (Hamdiyati, 2008). Selain menggunakan literatur, akan dilakukan metode survei terhadap responden yang sesuai dengan target market buku jurnal untuk mendapatkan validasi mengenai teori yang digunakan dalam perancangan desain. Metode observasi dilakukan untuk tambahan informasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan.

### 2. Sumber Data

Data literatur yang digunakan dalam studi ini merupakan data sekunder, yang berarti semua data yang dikaji diperoleh oleh peneliti-peneliti sebelumnya, dan bukan dari observasi langsung. Sumber data yang dikumpulkan ini semua berkaitan dengan aktivitas journaling dan teori desain untuk menggaet target konsumen Gen Z. Untuk survei, data diambil dari sebanyak 50 responden untuk memberi masukan akan kesesuaian desain yang telah dirancang menggunakan kajian teori yang ditemukan. Survei dilakukan melalui media sosial, dan profil dari mayoritas partisipan adalah wanita, berusia 16-24 tahun, yang berasal dari kalangan menengah dan tinggal di kota urban Jawa Timur. Untuk observasi, akan

dilakukan terhadap produk buku jurnal untuk target serupa secara *online* dan *offline* di toko buku.

## PEMBAHASAN

Di masa pandemi COVID-19, tekanan ekonomi dan keterbatasan dalam bersosialisasi secara tidak langsung berpengaruh terhadap kesehatan mental, tak terkecuali golongan usia muda seperti Gen Z yang memiliki rentang usia 16-24 tahun. Ada banyak cara dan aktivitas yang disarankan untuk menjaga kesehatan mental dan emosional. Salah satunya adalah menulis sebuah jurnal (Aten et al., 2020).

Dengan peningkatan minat terhadap menulis jurnal, maka penjualan buku jurnal ikut meningkat sehingga bisa menjadi peluang bisnis baru. Dengan biaya yang tidak terlalu besar, memulai bisnis buku jurnal dapat dimulai dengan merancang cover buku yang dapat menarik calon pembeli khususnya kalangan Gen Z. Agar dapat menarik atensi, sebuah produk sebaiknya memiliki nilai estetika dari segi warna dan motif ilustrasi karena keduanya saling berkaitan dan dengan kombinasi yang tepat akan mampu menarik perhatian calon pembeli secara emosional (Tjandrawibawa, 2018). Dalam hal ini, berdasarkan teori yang didapat dari kajian pustaka adalah pemilihan gaya desain *flat illustration* dan penggunaan warna yang sesuai tren saat ini memperbesar peluang penjualan buku jurnal tersebut di kalangan Gen Z.

Setelah mendapatkan jenis gaya desain dan preferensi warna secara teori, dilakukan survei terhadap wanita berusia 16-24 tahun dari kalangan menengah dan berdomisili di kota urban untuk mendapatkan validasi. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Diagram 1.1 Gaya desain yang disukai untuk sampul depan buku jurnal  
(Sumber: Audrey, 2021)

51 responses

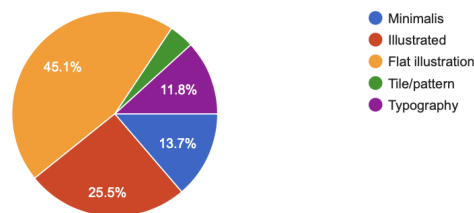
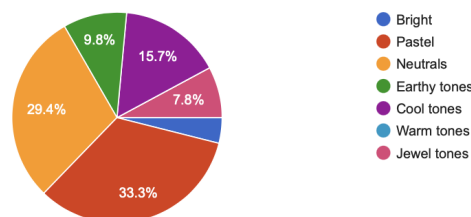


Diagram 1.2 Jenis warna yang lebih disukai untuk sampul depan buku jurnal  
(Sumber: Audrey, 2021)

51 responses



Dari hasil survei ini, terlihat bahwa Gen Z menyukai gaya desain *flat illustration* sebanyak 45.1%, gaya kedua yang disukai sebanyak 25.5% adalah bentuk ilustrasi yang menggunakan efek *brush strokes* sehingga terlihat tekstur pada ilustrasi, pada urutan ketiga adalah gaya minimalis dimana tidak banyak menggunakan elemen desain dan memakai warna natural, gaya ini disukai sebanyak 13.7%. Desain dengan penggunaan kombinasi tipografi disukai sebanyak 11.8% dan sisanya memilih desain jenis motif berulang. Dari segi warna, 33.3% lebih menyukai warna pastel diikuti warna netral sebanyak 29.4%. Urutan warna selanjutnya yang disukai oleh responden adalah warna yang dingin (15,7%), warna tanah (9.8%), warna batu alam (7,8%), dan warna terang (4%). Dari data survei, ditemukan bahwa warna kuning Pantone yang cenderung lebih terang dapat diarahkan ke *tone* pastel agar lebih sesuai dengan preferensi Gen Z di kota urban Jawa TImur. Untuk warna netral, abu-abu Pantone tetap dapat digunakan. Dengan menggabungkan data teori dan hasil survei, desain cover yang diciptakan adalah sebagai berikut:



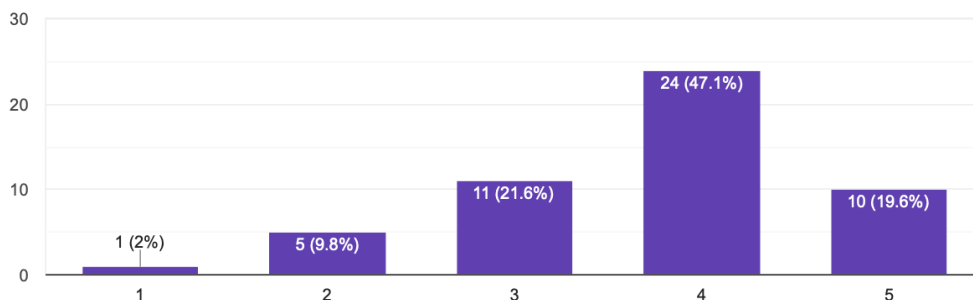
Gambar 3 Desain Cover Buku Jurnal Berdasarkan Tinjauan Teori dan Hasil Survei

Desain cover jurnal ini dirancang dengan gaya *flat illustration* dan dengan menggunakan Color of The Year 2021 yang diusulkan oleh Pantone dengan penyesuaian *tone*. Objek yang dipilih juga merupakan sesuatu yang digemari oleh Gen Z, yaitu binatang peliharaan, sebuah objek yang lucu. Hal ini didapat dari hasil observasi terhadap jenis cover buku yang dijual di toko buku Gramedia dan toko *online*.

Survei juga dilakukan untuk mendapatkan masukan mengenai desain cover jurnal yang telah dirancang menggunakan gaya desain *flat* dan Color of The Year Pantone, dan hasilnya adalah sebanyak 47.1% responden memberikan nilai 4 untuk hasil desain cover dan sebanyak 19.6% memberi nilai 5.

Diagram 1.3 Nilai desain ini dari 1-5 (Sumber: Audrey. 2021)

51 responses



## SIMPULAN & REKOMENDASI

Dari tinjauan teori dan survei yang dilakukan, buku jurnal dapat membantu Gen Z dalam mengurangi stress sehingga dapat menjaga kesehatan mental mereka sehingga bisnis buku jurnal memiliki peluang yang cukup baik untuk dijalankan. Agar buku jurnal yang dirancang dapat diminati oleh calon pembeli maka hendaknya mengetahui ukuran jurnal yang umum digunakan berdasarkan gaya hidup target market yaitu ukuran A4, ukuran ini mudah dibawa ketika beraktifitas diluar rumah. Untuk segi desain, berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 50 responden, gaya *flat illustration* menjadi pilihan terbanyak. Untuk warna, Gen Z yang lebih menyukai warna kuning pastel dibanding warna kuning terang sehingga warna kuning Pantone of the Year harus disesuaikan *tone* nya agar lebih mengarah ke warna kuning pastel. Dalam hal ini berarti maka harus memperhatikan bahwa warna tren secara global harus disesuaikan dengan selera lokal. Pilihan objek gambar berdasarkan hasil observasi produk kompetitor secara online dan offline adalah objek yang lucu seperti binatang peliharaan.

Untuk penelitian kedepannya, penelitian dapat dilanjutkan hingga tahapan desain bagian dalam buku jurnal sehingga dapat menaikkan fungsi dari buku jurnal itu sendiri yaitu untuk membantu menjaga kesehatan mental dengan memadukan visual ilustrasi yang menarik dengan panduan teks untuk refleksi diri.

## DAFTAR PUSTAKA

Aten, J., Annan, K., & Meeker, J. (2020). COVID-19 Mental Health Handbook: Evidence- informed approaches to mental wellbeing during a pandemic. In Humanitarian Disaster Institute (Issue April). <https://www.spiritualfirstaidhub.com/covid19mentalhealthmanual>

Banga, C., & Weinhold, J. (2014). *Essential Mobile Interaction Design: Perfecting Interface Design in mobile apps*. Addison-Wesley.

Ganim, B., & Fox, S. (1999). *Visual Journaling: Going Deeper Than Words*. Theosophical Publishing House.

Goguen, K. (2012). The Influence of Color on Purchasing Decisions Related to Product Design. *ProQuest Dissertations and Theses*, 142.

Hamdiyati, Y. (2008). Cara Membuat Kajian Pustaka. *Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia*.

*Identifying color trends early*. Color Marketing Group. (2018, July 11). Retrieved October 22, 2021, from <https://colormarketing.org/2018/07/10/identifying-color-trends-early/>

Kaligis, F., Indraswari, M. T., & Ismail, R. I. (2020). Stress during COVID-19 pandemic: Mental health condition in Indonesia. *Medical Journal of Indonesia*, 29(4), 436–441. <https://doi.org/10.13181/mji.bc.204640>

Mollica, P. (2013). Color & Mood. In *Color theory* (pp. 44–45). chapter, Walter Foster.

O'Connell, T. S., & Dymont, J. E. (2013). Theory into Practice: Unlocking the Power and the Potential of Reflective Journals. In *Intervention in School and Clinic* (Issue 1). Information Age Publishing, Inc.

University of Rochester. (2021). *Journaling for Mental Health*. University of Rochester Medical Center. <https://www.urmc.rochester.edu/encyclopedia/content.aspx?ContentID=4552&ContentTypeID=1>

Sunarto, W. (2013). *GAYA DESAIN*. Pascasarjana IKJ.

Tjandrawibawa, P. (2018). MOTIF TEKSTIL SEBAGAI VALUE PROPOSITION KOLEKSI BRAND FESYEN YANG MARKETABLE. *Serat Rupa Journal of Design*, 2(1), 26-39. <https://doi.org/10.28932/srjd.v2i1.475>