

Perancangan Desain Sampul Novel Fantasi yang *Marketable*: Studi Kasus pada Novel “*Ther Melian*” *Collectors Edition*

Shienny Megawati Sutanto

Jurusan Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Ciputra, UC Town Citraland, Surabaya
E-mail: shienny.megawati@ciputra.ac.id

Abstrak

Perkembangan novel fantasi sepuluh tahun terakhir ini sangat pesat. Seiring dengan fenomena film dan novel terjemahan Harry Potter, novel fantasi karya penulis Indonesia pun turut mengalami perkembangan pesat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk bagaimana merancang Desain Sampul Novel Fantasi yang *Marketable*: Studi Kasus pada Novel *Ther Melian Collectors Edition*. Landasan teori penelitian ini adalah teori desain komunikasi visual, ilustrasi, marketing, dan keputusan membeli. Metode penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif dengan melakukan wawancara pada narasumber yang berpengalaman dalam bidang penerbitan dan ilustrasi, serta pihak-pihak yang terlibat langsung dalam perancangan sampul dan marketing novel *Ther Melian Collectors Edition*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri kreatif, khususnya praktisi industri penerbitan saat merancang ilustrasi sampul yang akan digunakan pada sebuah buku.

Kata kunci: Desain komunikasi visual, ilustrasi, novel fantasi, marketing, keputusan pembelian.

Abstract

The development of fantasy novels in the past ten years has been very rapid. Along with the phenomena of the Harry Potter movies and their translated novels, fantasy novels by Indonesian authors have also experienced rapid growth. Therefore, this study aims to investigate how to design a marketable fantasy novel cover design, with a case study on the Ther Melian Collector's Edition Novel. The theoretical basis of this research is from the theory of visual communication design, illustration, marketing, and consumer buying decisions. This research uses qualitative method by interviewing speakers who are experienced in the field of publishing and illustration, as well as those directly involved in the design and marketing of Ther Melian Collector's Edition novels. The results of this study aims to be useful for creative industries, especially the publishing industry practitioners when designing cover illustrations that will be used in a book.

Keywords: Visual communication design, illustration, fantasy novel, marketing, purchasing decision.

Pendahuluan

Perkembangan novel fantasi sepuluh tahun terakhir ini sedang naik daun, sejak melejitnya novel fantasi Harry Potter dan diikuti novel-novel fantasi dari luar negeri seperti the Lord of the ring, Percy Jackson and the Olympians, Bartimaeus Trilogy, dan lain sebagainya. Begitu pula perkembangan novel di Indonesia yang bergenre fantasi yang ditulis oleh penulis Indonesia juga mengalami perkembangan yang pesat.

Menurut penelitian yang dilakukan Cucum Cantini yang berjudul “*Periodisasi Genre Fiksi Fantasi dan Perkembangannya dalam Novel-novel Indonesia Modern Tahun 2000 – 2013*”. Cantini menyimpulkan bahwa Novel fantasi Indonesia dapat dibagi menjadi tiga periode berdasarkan formulasi genre Cawelti.

Ketiga periode tersebut adalah: pertama, pada periode 2000–2005. Novel fantasi lokal pada periode ini didominasi oleh sub-genre fantasy science fiction (fiksi ilmiah). Fiksi ilmiah adalah sub-genre fantasi yang terutama membahas tentang pengaruh sains dan teknologi yang diimajinasikan terhadap kebudayaan. Salah satu contoh populer genre ini adalah serial film dan novel Star Trek.

Kedua, Periode 2006–2010 yang didominasi genre *dark fantasy*. Dark Fantasi adalah sub genre fantasi yang memiliki nuansa cerita kelam dan menakutkan, kadang kala bisa bercampur dengan genre horor. Contoh populer genre ini film dan novel Coraline karya Neil Gaiman.

Ketiga, pada periode 2011 -2013, novel-novel fantasi lebih merujuk ke *high fantasy*. Novel

bergenre high-fantasi biasanya ber-setting di dunia paralel atau dunia fantasi ciptaan penulisnya. Dimana seluruh aksi dan petualangan yang dialami para tokohnya terjadi sepenuhnya di dunia tersebut. Contoh populer genre ini adalah serial film dan novel *The Lords of The Ring* serta *The Hobbit*.

Selama tiga periode tersebut, tercatat Lebih dari seratus novel lokal bergenre fantasy telah diterbitkan di Indonesia. Salah satunya, yang akan menjadi topik bahasan penelitian ini adalah novel fantasi *Ther Melian*. Novel *Ther Melian* diterbitkan pertama kalinya oleh Elex Media Komputindo pada tahun 2011. Buku pertamanya berjudul *Ther Melian: Revelation* diterbitkan pada April 2011, buku kedua *Ther Melian : Chronicle* pada Juni 2011, lalu dilanjutkan dengan buku ketiga *Ther Melian: Discord* pada oktober 2011, setelah itu Buku keempat *Ther Melian: Genesis* diterbitkan Pebruari 2012.

Keempat novel ini memiliki kisah yang saling bersambung dan menjadi sebuah tetralogy dan harus dibaca secara berurutan. Novel *Ther Melian* tergolong pada sub genre *high fantasy*. Yaitu Fiksi fantasi dengan latar sebuah dunia imaji penulis lengkap dengan berbagai setting eksotis lainnya seperti hutan, padang pasir, dan kerajaan besar.

Fiksi spekulatif, orang mungkin berpendapat, menyediakan lingkup yang hampir tak terbatas untuk menempatkan elemen dalam permainan karena berhubungan secara terbuka dengan hal yang fantastis dan tidak biasa. Fiksi spekulatif, seperti namanya, berspekulasi secara fiktif mengenai hal-hal yang tidak benar.

Dalam segi perwatakan, novel *Ther Melian* tidak memiliki tokoh *villain* atau penjahat yang umumnya ada pada novel bergenre *high fantasy*. Kisahnya berpusat pada dengan konflik kepentingan antar tokoh utamanya yang akhirnya membawa mereka ke sebuah petualangan panjang. Melalui narasi pembaca diajak mengikuti dua sisi sudut pandang para tokoh utamanya sehingga pembaca dapat memutuskan sendiri siapa pihak yang akan mereka dukung.

Premis yang cukup unik ini membuat *Ther Melian* mendapat ulasan yang cukup baik dari para pecinta novel fantasi di situs pembaca Goodreads. Namun, karena ketatnya persaingan novel fantasy di Indonesia, baik yang ditulis penulis Indonesia ataupun terjemahan dari penulis dari luar negeri. Selain di kalangan komunitas pembaca novel fantasi, *Ther Melian* tidak terlalu dikenal di kalangan pecinta buku awam.

Menurut data IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) market share untuk penjualan buku fiksi di tahun 2014 mencapai 12,89% atau sekitar 3.264.185 eksemplar. Data ini menunjukkan bagaimana ketatnya persaingan novel fantasi di Indonesia. Untuk mengatasi ketatnya persaingan di penerbitan buku novel fantasi, penerbit harus selalu memikirkan cara agar buku yang diterbitkan bisa menarik orang untuk membelinya.

Tabel 1. Peringkat Penjualan IKAPI 2015

Peringkat	Jenis Buku	Eksemplar
1	Buku Anak	10.135.778
2	Buku Religi & Spiritual	3.421.197
3	Buku Fiksi	3.264.185
4	Buku Pelajaran/Sekolah	3.427.828
5	Buku Referensi dan Kamus	1.687.873
6	Buku Bisnis dan Ekonomi	954.045
7	Buku Pengembangan Diri	823.324
8	Buku Ilmu Sosial	720.519
9	Buku Psikologi	749.677
10	Buku Masakan	669.046

Setelah melalui banyak pertimbangan pada tahun 2014, penerbit bersama penulis memutuskan untuk menerbitkan kembali novel *Ther Melian* yang telah diperbarui konten dan sampulnya dalam wujud *Collector's Edition*. Setelah mengalami perubahan desain sampul, Novel *Ther Melian* menjadi novel *best seller* dan dicetak ulang beberapa kali. Di beberapa Toko Buku *Ther Melian* juga menjadi salah satu buku yang direkomendasikan untuk dibaca, dan kini karena antusiasme dan permintaan konsumen, *Ther Melian* juga akan diterbitkan dalam versi Boxset.

Tabel 2. Top Ten Best Seller Novel Elex Media 2016



Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti perancangan desain sampul novel fantasi yang *marketable* : studi kasus pada novel *ther melian collectors edition*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses perancangan desain sampul novel fantasi agar lebih *marketable*.

Merujuk dari latar belakang masalah tersebut, maka artikel ini akan menjawab permasalahan mengenai bagaimana perancangan desain sampul novel fantasi yang *marketable*? Studi kasus dalam penelitian ini dilakukan pada novel berjudul *The Melian - Collectors Edition*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif. Dalam penelitian deskriptif bersifat tidak terlalu mengutamakan makna, sebaliknya, penekanannya pada deskriptif lebih banyak menganalisis permukaan data, hanya memperhatikan proses-proses kejadian suatu fenomena, bukan kedalaman data ataupun makna data. Penelitian deskripsi kualitatif menurut Mayer dan Greenwood (Dr. Uber Silalahi, MA; Metode Penelitian Sosial 2009) semata-mata mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, atau peristiwa.

Deskripsi kualitatif melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi. Penelitian deskripsi kualitatif ini menjelaskan tentang Bagaimana memanfaatkan ilustrasi untuk meningkatkan nilai jual buku anak dan buku fiksi. Peneliti melakukan riset dalam *setting* yang alamiah dan membiarkan peristiwa yang di teliti mengalir tanpa mengontrol obyek yang di teliti hanya melalui pendekatan interpretif (subjektif).

Jenis data dalam penelitian ini adalah wawancara (*depth interview*) yang berupa data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata-kata atau pernyataan-pernyataan verbal, berupa opini, sikap, motif, kepercayaan persepsi, perilaku, fakta, atribut dan pengetahuan tentang bagaimana perancangan desain sampul novel fantasi yang *marketable* : studi kasus pada novel *ther melian collectors edition*.

Sumber data diperoleh dari data primer: yang didapat dari hasil jawaban yang diberikan oleh narasumber dari hasil wawancara. Data primer berupa pernyataan-pernyataan, intepretasi, kegiatan, dan observasi yang dilakukan oleh pelaku narasumber dalam perancangan desain sampul

novel fantasi yang *marketable*. Data sekunder berupa data yang diperoleh dari para pakar, literatur, perpustakaan, buletin-buletin, internet yang di berkaitan langsung dengan informasi tentang perancangan desain sampul novel fantasi yang *marketable* dengan melakukan studi kasus pada novel berjudul *The Melian - Collectors Edition* yang menjadi obyek dalam penelitian dan penyusunan laporan penelitian ini.

Pembahasan

Definisi Novel

Novel menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 1079) adalah karangan prosa yang panjang, yang mengandung rangkaian cerita kehidupan seseorang dengan orang-orang di sekelilingnya dengan menonjolkan watak dan sifat setiap pelaku.

Sedangkan menurut Tarigan (2011) novel adalah suatu cerita dengan alur yang cukup panjang untuk mengisi satu buku atau lebih. Sehingga menurut pengertian tersebut novel dapat didefinisikan sebagai buku fiksi yang kontennya terdiri dari karakter, dialog, aksi, dan plot yang berkesinambungan dan bertujuan untuk menghibur pembaca.

Fiksi Fantasi

Kunimitsu (2014) menjelaskan pengertian dari cerita fantasi sebagai berikut:

"Fantasy is fiction or a "made up" story that has elements or parts that are not realistic. Characters may have magical or supernatural powers or use some futuristic technology that allows fantastic things to happen."

Genre fantasi menjadi salah satu genre fiksi yang populer di semua kalangan. Hal tersebut tidak luput dari pengaruh-pengaruh eksternal yang banyak bermunculan dari kondisi sosial, budaya lokal maupun luar, serta pengaruh-pengaruh media lain seperti film, komik, jejaring sosial, internet, serta game, dan sebagainya. Fantasi adalah cerita yang mengisahkan hal-hal yang tidak mungkin terjadi dalam dunia nyata (Manlove, 2003; Stableford 2005) seperti hewan yang berbicara, pohon yang bisa berjalan, sihir, dan makhluk-makhluk dengan kekuatan luar biasa.

Fantasi juga sering dilihat sebagai perpindahan dari aturan-aturan yang berterima dalam kehidupan nyata yang mempengaruhi pandangan seseorang terhadap dunia sekelilingnya. Fantasi

memaparkan sesuatu yang tidak bisa dijelaskan, sesuatu yang tidak mungkin. Dari sudut pandang sebuah teks, fantasi tampak bebas dari konvensi dan batasan-batasan yang dimiliki oleh teks yang lebih realistik.

Alur

Andri Wicaksono (2014) menyatakan alur merupakan konstruksi yang dibuat mengenai sebuah deretan peristiwa secara logik dan kronologik saling berkaitan dan diakibatkan atau dialami oleh para pelaku. Sedangkan Aminudin, (2002) menyatakan bahwa Plot atau Alur adalah rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan-tahapan peristiwa sehingga menjalin suatu cerita yang dihadirkan oleh para pelaku dalam suatu cerita.

Dalam novel *Ther Melian* ceritanya berpusat pada sebuah benua bernama Ther Melian yang alama sangat eksotis khas Ther Melian. Ther Melian, menceritakan cinta, persahabatan, kesetiaan, pengorbanan, kebohongan semuanya berpadu apik dengan sihir dan misteri. Dalam novel Ther Melian tidak memiliki tokoh villain atau penjahat yang umumnya ada pada novel bergenre high fantasy. Kisahnya berpusat pada dengan konflik kepentingan antar tokoh utamanya yang akhirnya membawa mereka ke sebuah petualangan panjang. Melalui narasi pembaca diajak mengikuti dua sisi sudut pandang para tokoh utamanya sehingga pembaca dapat memutuskan sendiri siapa pihak yang akan mereka dukung.

Desain dan Gambar sebagai Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah ungkapan ide dan pesan dari perancang kepada masyarakat melalui simbol-simbol yang berupa gambar, warna dan tulisan. Dalam menyampaikan pesan diperlukan pengetahuan untuk mengetahui siapa target sasaran yang akan dituju, dan bagaimana cara yang tepat berkomunikasi dengan mereka. Semakin baik dan lengkap pemahaman kita terhadap hal-hal tersebut, maka akan semakin mudah untuk menciptakan bahasa visual yang komunikatif. (Umar Hadi, 1998)

Dalam hal desain atau gambar yang ada di sebuah novel fantasi merupakan bagian dari proses komunikasi kepada pembaca. Proses komunikasi yang mengeksplorasi ide melalui gambar baik itu berupa drawing, peta, warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Desain atau gambar ini bertujuan memberikan efek bagi yang melihat atau membaca pesan yang ingin disampaikan.

Komunikasi visual pada sebuah karya fiksi (buku) merupakan elemen yang sama penting dengan perancangan cerita atau konten buku. Sehingga perlu adanya kolaborasi antara penulis dan ilustrator untuk mewujudkan visualisasi optimal dan tidak bias. Nicolas Filbert, ilustrator sampul novel Harry Potter edisi Bahasa Indonesia, menjelaskan bahwa Ilustrasi pada sampul buku bisa membantu merepresentasikan *overall feeling* atau perasaan dan pengalaman pembaca saat membaca sebuah buku. Sehingga melalui ilustrasi sampul, konsumen dapat langsung mengetahui apakah dirinya termasuk target audience dari buku tersebut berdasarkan style penggambaran ilustrasi cover.

Visualisasi membantu pembaca menginterpretasi lebih dalam mengenai cerita yang akan dibaca. Baik pada sampul buku, maupun melalui rangkaian gambar yang mendukung alur cerita.

Begitupula dalam novel *Ther Melian* yang setiap tokohnya digambarkan dengan apik dan jelas karakternya, sehingga pembaca bisa membayangkan semua tokohnya dan dapat mengikuti alur ceritanya dengan penuh perasaan.

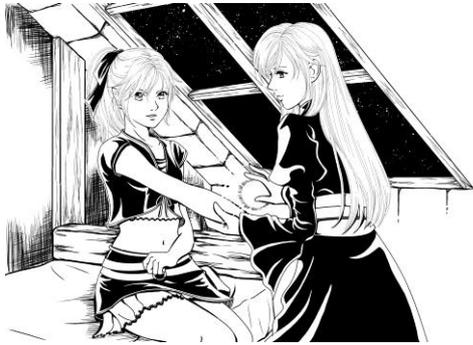


Gambar 1. Gambar pengenalan karakter pada novel Ther Melian

Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin *illustrare* yang artinya menerangkan, atau menjelaskan dengan media gambar. Desain dan visual dapat memberikan nilai tambah pada sebuah buku. Ilustrasi memberikan penjelasan mengenai aksi yang terjabarkan melalui kata-kata, dan sebaliknya. (Hunt, 2005). Seperti dalam Novel Ther Melian ilustrasi tidak hanya pada sampul buku tapi juga

di halaman isi buku. Sehingga pembaca dapat memvisualkan atau memiliki gambaran tentang adegan yang ada di dalam cerita.



Gambar 2. Gambar penjelasa adegan pada novel *Ther Melian*

Penggunaan gambar karakter novel pada ilustrasi sampul dapat membantu mengkomunikasikan konten buku pada konsumen, dan menginformasikan target usia buku pada pembacanya. Selain itu karakter memiliki daya tarik yang universal dan dapat memecahkan penghalang budaya. Sehingga sering kali buku-buku yang diterjemahkan ke dalam bahasa lain, akan tetap menggunakan gambar karakter pada sampul bukunya agar tetap dikenal. Klimchuk, Marianne. & Krasovec, Sandra A. (2007).

Sampul novel *Ther Melian* yang diterbitkan pada tahun 2011 sebenarnya juga telah menampilkan gambar para karakter untuk mengomunikasikan konten buku pada calon konsumen Ibu Rina Agata, editor novel Elex Media Komputido, dalam wawancara menyatakan bahwa konsumen saat ini cenderung memutuskan untuk membeli sebuah buku karena covernya. Oleh karena itu penerbit dan ilustrator sampul perlu memperhatikan keinginan pasar karena sampul adalah ujung tombak pemasaran.



Gambar 3. Sampul Novel *Ther Melian* Edisi Pertama (tahun 2011)

Ilustrasi dalam sampul buku (kemasan) dapat digunakan sebagai: (1)Memperlihatkan konten (novel romance akan menampilkan gambar pasangan), (2) Menggambarkan konsumen target,

(3) Menetapkan *mood*, dari penggunaan gambar lanskap, pemandangan, dapat terlihat mood atau suasana konten buku tersebut (novel horor akan menggunakan gambar yang membuat mood mencekam/seram), (4) Menyediakan kredibilitas (ilustrasi sampul yang digambar dengan baik akan meningkatkan kredibilitas konten isinya), dan (5) Menggugah selera pembaca untuk membaca buku tersebut. (Klimchuk, Marianne. & Krasovec, Sandra A. 2007)

Sehingga saat merancang ilustrasi sampul baru untuk novel *Ther Melian Collector Edition*, perancang sampul Ellie Goh melalui wawancara menjelaskan bahwa proses yang dilakukan saat merancang adalah mempelajari dahulu konten buku dan target konsumen buku, kemudian mempertimbangkan tren dan selera pasar sebelum mulai merancang.

Oleh karena target market novel *Ther Melian* adalah remaja, serta konten novel yang bertema petualangan, maka diputuskan untuk tetap menampilkan karakter utama dalam adegan dan lokasi yang paling berarti dari seluruh konten yang ada dalam buku. Saat mengilustrasikan karakter utama pada sampul, tahap yang dilakukan dalah tentu membaca ceritanya, dan memahami sifat serta kepribadian karakter, selain ciri-ciri fisiknya (wajah, tinggi badan, penampilan).



Gambar 4. Sampul Novel *Ther Melian* Collector's Edition (tahun 2016)

Keputusan pembelian

Menurut Engel (1995:189) kaidah keputusan menggambarkan strategi yang digunakan konsumen untuk mengadakan seleksi dari alternatif-alternatif pilihan. Menurut Kotler (1998:165) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merk yang paling disukai, antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli. Sedangkan Winardi (1992:200) memberikan definisi keputusan pembelian konsumen adalah kulminasi pencarian dan proses evaluasi.

Pengertian keputusan pembelian menurut Sciffman dan Leslie lazar Kanuk adalah sebagai berikut: Keputusan pembelian adalah seleksi ter-

hadap dua pilihan alternative atau lebih. Dengan kata lain pilihan alternative harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. (Zoelkifli Kasip, 2004:485)

Model *Hierarchy of Effect* dijelaskan oleh Kotler (2009:178), konsumen dapat berada di salah satu dari enam keadaan keputusan pembelian, yaitu: “kesadaran (*awareness*), pengetahuan (*knowledge*), kesukaan (*liking*), preferensi (*preference*), keyakinan (*conviction*), dan pembelian (*purchase*)”. Model *Hierarchy of Effect* dapat terdiri dari tiga area yaitu: (Kotler, 2009:178)

Tabel 3. Hierararchy of Effect

Consumer Behaviour	Hierarchy of Effect Model
Cognitive (To think, to understand and remember)	1- Awareness
	2- Knowledge
Affective (To feel, to experience)	3- Liking
	4- Preference
Conative (Behave/ Action)	5- Conviction
	6- Purchase / Prescribe

1. Area Kognitif (*Cognitive Area*).

Area ini adalah area dimana konsumen menyadari akan kebenaran suatu produk kemudian konsumen mulai mengerti dan mengetahui produk tersebut. Area kognitif meliputi:

a) Kesadaran (*Awareness*)

Jika sebagian besar audiens sasaran belum mengenal obyek, maka tugas komunikator adalah membangun *awareness* (kesadaran). Untuk membangun kesadaran para pembaca novel Ther Melian, penerbit dan penulis sering mengadakan berbagai macam event dan promosi melalui media sosial.

b) Pengetahuan (Knowledge)

Audiens sasaran mungkin punya *product awareness* tetapi hanya terbatas atau tidak tahu banyak. Untuk membangun Knowledge penerbit mengadakan lomba review novel Ther Melian. Selain itu penulis juga aktif di situs goodreads.

2. Area Afektif (*Affective Area*)

Area ini mencakup tahap dimana konsumen mulai timbul perasaan suka dan yakin akan produk yang disukainya, setelah produk tersebut menjadi pilihannya untuk dikonsumsi. Area afektif meliputi:

a) Kesukaan (*Liking*)

Jika para pembaca mengetahui judul novel beserta sinopsis atau resensi, Kominikator harus mengetahui apa yang mereka rasakan tentang novel tersebut? Jika tidak suka, komunikator harus menemukan alasannya. Jika pandangan ketidaksukaan itu berdasarkan masalah nyata, maka produk tersebut harus memperbaiki masalah itu dan mengkomunikasikan kualitas barunya.

b) Kecenderungan Memilih (*Preference*)

Audiens sasaran mungkin menyukai novel tersebut atau menyukai penulis tertentu. Dalam hal seperti ini, komunikator harus berusaha membangun preferensi konsumen dengan memberikan ulasan-ulasan yang menarik, memposting gambar-gambar tokoh atau gambar adegan-adegan sehingga audience merasa penasaran dan tertarik untuk memilih novel tersebut.

c) Keyakinan (*Conviction*)

Audiens sasaran mungkin menyukai novel tertentu, tetapi tidak mengembangkan keyakinan untuk membelinya. Tugas komunikator adalah membangun keyakinan dan minat konsumen untuk membeli.

3. Area Tindakan (*Behavior Area*)

Area ini merupakan tahap akhir konsumen yaitu konsumen akan mulai melakukan pembelian, area ini adalah Pembelian (*Purchase*). Inilah tahap terakhir dalam proses. Beberapa atau sebagian anggota audiens sasaran mungkin mempunyai keyakinan, namun tidak cukup tergerak untuk membeli. Komunikator harus mengarahkan konsumen agar mengambil langkah terakhir, mungkin dengan menawarkan produk dengan harga diskon atau promo lainnya. oleh karena itu Ther Melian membuat special offer boxset dengan harga khusus.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara terhadap *extreme user*, Ren Puspita. *Blogger* dan *Reviewer* buku Indonesia yang telah membaca dan mereview rautusan judul novel baik dalam maupun luar negeri. Ilustrasi pada sampul buku, tidak hanya berfungsi sebagai pemanis, tapi juga sebagai daya jual buku.

Sampul buku yang dikerjakan dengan serius, professional, akan memberikan kesan kalau buku

itu juga ditulis atau diedit dengan baik. Kesan ini tentunya akan sangat memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, walau penilaian akhir tentang isi buku baru dapat dilakukan setelah konsumen selesai membaca bukunya. Namun tak dapat dipungkiri ilustrasi sampul buku turut menjadi faktor penentu keputusan pembelian konsumen.

Simpulan

Dari banyaknya novel fantasi yang beredar dan ketatnya persaingan penjualan di toko buku, membuat penerbit harus benar-benar memikirkan cara agar pembeli membeli buku yang diterbitkan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan selama proses penelitian, perancangan desain sampul novel fantasi yang *marketable*; studi kasus pada *The Melian- Collectors Edition* dapat disimpulkan bahwa untuk membuat sebuah novel diterima dan dibeli oleh pembaca perlu dilakukan beberapa proses.

Dengan banyaknya novel di toko buku, membuat sebuah novel harus bisa mempresentasikan dirinya agar dapat menarik perhatian pengunjung. Novel yang tampil menarik dengan ilustrasi yang apik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pembaca novel yang belum mengenal penulisnya atau membaca sinopsisnya. Hal tersebut dapat diamati dari studi kasus novel *The Melian* yang untuk pertama kalinya terbit tahun 2011 dan diterbitkan kembali pada tahun 2014 dengan perubahan desain ilustrasi sampul dan juga ilustrasi kontennya.

Selain itu untuk meraih market pembaca, penerbit dan menulis terus meningkatkan awareness para pembaca pemula dengan memposting gambar figur dari tokoh-tokoh *The Melian*. Dari gambar figur tokoh *The Melian* membuat pembaca suka dan mempunyai keinginan membelinya.

Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara terhadap narasumber ahli, yaitu editor dan ilustrator novel *The Melian*. Dimana pada saat perancangan sampul, editor dan ilustrator memilih untuk menggambarkan karakter dan adegan spesifik bukunya. Serta pemilihan warna yang disesuaikan dengan nuansa konten setiap buku, karena ilustrasi sampul buku bisa menentukan kesan/nuansa/mood sendu, humoris, penuh petulangan, maskulin, feminin. Fungsinya agar buku tersebut menarik dan *outstanding* dibandingkan buku di kanan kirinya.

Oleh karena itu, perancangan ulang sampul *The Melian collector edition* merupakan salah satu

faktor yang membuat novel ini menarik untuk dibeli. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa selain alur cerita yang baik, perancangan yang tepat dan membangun figure tokoh-tokoh dalam cerita secara visual akan menunjang sebuah novel untuk diminati pembeli dan membuat novel tersebut *marketable*.

Daftar Pustaka

- Aminuddin, (2013). Pengantar Apresiasi Karya Sastra. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- “Book Cover”. Oxford Dictionary of English. 3rd ed. (2010) United Kingdon: Oxford University Press.
- Cangara, Hafid., (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Carter, Rob, Ben Day, and Philip Meggs. (2006). *Typographic Design: Form and Communication*. 4th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, INC.,
- Danger, E.P., (1992). *Memilih Warna Kemasan*. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Depdikbud., (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Design Museum., (2010). *How To Design a Typeface*. London: Conran Oincetopus.
- Eiseman, Leatrice., (2000). *Pantone Guide to Communication with Color*. Ohio: Graftix Press Ltd.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul D. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen: Edisi Keenam*. Alih Bahasa: Drs. Budijanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hadi, Umar. (1998). *Memahami Desain Grafis*. Katalog Pameran Desain Grafis, LPK Visi Yogyakarta.
- Hartanto, D. D. (2004). Penggunaan *Ilustrasi Sebagai Daya Tarik Pada Iklan Media Cetak*. Nirmana, 3(1).
- Haryani, Sri, (2001), *Komunikasi Bisnis*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Hunt, Peter (2005) *Understanding Children's Literature*. London: Routlegde.
- Klimchuk, Marianne. & Krasovec, Sandra A. (2007) *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*, Wiley Publisher.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Erlangga.
- Lexy, Moleong., (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Mayer, Richard E. (2009). *Multimedia Learning: Prinsip-Prinsip dan Aplikasi* (Terjemahan). Yogyakarta dan Surabaya. Pustaka Pelajar dan ITS press.

- Mowen, John C dan Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Penerbit Erlangga.
- Mulcahy P., & Samuel S.J. (1987) *Three Hundred Years of Illustrations in American Textbooks* In H.A. Houghton & D.M. Willows (Editors) *The Psychology of Illustration*, New York: Springer-Verlag.
- Pierce, Charles Sanders dalam Winfried Noth (1995). *Handbook Of Semiotics*. Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis.
- Rustan, Suriyanto, (2009) *Mendesain LOGO*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sihombing, Danton. (2008). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, Uber. (2010). *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Stephens, K. E. (2008). *A quick guide to selecting great informational books for young children*. *The Reading Teacher*, 61(6), 488-490.
- Sudjiman, Panuti. (1984). *Kamus Istilah Sastra*. Jakarta: Gramedia.
- Sutanto, L. (2010), *Kiat Jitu Menulis dan Menerbitkan Buku*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalansutra.
- Wicaksono, Andri (2014). *Menulis Kreatif Sastra dan Beberapa Model Pembelajarannya*. Yogyakarta: Garudhawaca.
- United Nations (2008) "*UNCTAD Creative Economy Report 2008: The challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*.", UNCTAD/DITC/2008/2.

Internet

- Archaway Publishing. (November, 2013). (diakses 19 Juni 2017). 4 Key Elements of a Killer Book Cover Design. from <http://www.youtube.com/watch?v=ytpuNyE15gE>.
- Archaway Publishing. (November, 2013). (diakses 19 juni ,2017). 4 Key Elements of a Killer Book Cover Design. from <http://www.youtube.com/watch?v=ytpuNyE15gE>.
- The Cambridge Companion to Creative Writing Edited by David Morley, Philip Neilsen Book DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/CCOL9780521768498> Online ISBN: 9781139028417 hardback ISBN: 9780521768498 Paperback ISBN: 9780521145367
- Wilkins, K. (2012). Genre and speculative fiction. *The Cambridge Companion to Creative Writing*, 37-51

Wawancara

- Ellie Goh, 2017, Interview Tentang Proses Merancang Konten Buku, Target Konsumen Buku, Tren Dan Selera Pasar, di kediamannya, tanggal 10 Juli 2017.
- Nicolas Filbert, 2017, Interview tentang ilustrator sampul buku yang menggugah emosi. Via email tanggal 18 Juli 2017.
- Ren Puspita, 2017, Interview Tentang Ilustrasi Dan Daya Jual Buku, via email tanggal 7 Juli 2017.
- Rina Agata, 2017, Interview Tentang Pengaruh Sampul Buku Dengan Pemasaran Buku, via email tanggal 7 Juli 2017.