



Perancangan *E-Booklet* Sebagai Media Informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni Surakarta

Adrian Mahatma¹, Martin Setyawan²

^{1,2} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Jl. Diponegoro 52 - 60 Salatiga - Indonesia 50711

Korespondensi penulis: ¹ 692019062@student.uksw.edu, ² martin.setyawan@uksw.edu

Abstract. *Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni is a facility of the Surakarta City Cooperative and Industrial Service dedicated to supporting the growth and development of small and medium industries (IKM) in Surakarta City. This center already provides adequate facilities for the general public, but due to a lack of information dissemination, this center is not well known by the community, especially in Surakarta City. Through mixed methods research applying a linear strategy, this study combines quantitative and qualitative approaches to design an effective e-booklet as an information medium. Qualitative data was obtained through interviews with the Center's managers, IKM members, and design experts. The research results show that the designed e-booklet is able to present comprehensive information about the Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, starting from the Center's profile, facilities, to the profiles of IKM members and their superior products. The attractive e-booklet design also successfully attracted the interest of the target audience. Thus, this e-booklet is expected to be an effective information medium to increase the visibility of the Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni in the eyes of the public, especially in Surakarta City.*

Keywords: *E-booklet, Information Media, Mixed Methods, Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni*

Abstrak. Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni adalah sebuah fasilitas dari dinas koperasi dan perindustrian Kota Surakarta yang didedikasikan untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Surakarta. Sentra ini sudah menyediakan fasilitas yang memadai bagi masyarakat umum, namun karena kurangnya penyebaran informasi menyebabkan Sentra ini kurang dikenal oleh masyarakat, khususnya di Kota Surakarta. Melalui metode penelitian *mixed methods* dengan menerapkan *linear strategy*, penelitian ini menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk merancang *e-booklet* yang efektif sebagai media informasi. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dengan pengelola Sentra, anggota IKM, dan ahli desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-booklet* yang dirancang mampu menyajikan informasi yang komprehensif tentang Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, mulai dari profil Sentra, fasilitas, hingga profil dari anggota IKM beserta produk-produk unggulan. Desain *e-booklet* yang menarik juga berhasil menarik minat target audien. Dengan demikian, *e-booklet* ini diharapkan dapat menjadi media informasi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni di mata masyarakat, khususnya di Kota Surakarta.

Kata kunci: *E-Booklet, Media informasi, Mixed Methods, Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni*

1. LATAR BELAKANG

Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian negara. Menurut Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian (Kemeperin) Gati Wibawaningsih, IKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian nasional dan daerah di Indonesia. Selain memainkan peran penting dalam perekonomian di Indonesia, IKM juga memainkan peranan penting di daerah perkotaan, terutama di Kota Surakarta (Afriyadi, 2020).

IKM dapat mengatasi permasalahan pemerataan distribusi pendapatan antar wilayah, sehingga IKM berkontribusi secara signifikan bagi perekonomian lokal dan nasional. IKM juga bertahan dan terus berkembang, meskipun bersaing dengan produk dari industri besar (Kristiyono, 2021).

Pasar IKM di Kota Surakarta telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan berbagai sektor yang menjadi prioritas utama. IKM di Surakarta meliputi industri makanan, tekstil, pakaian jadi, kayu, dan gabus yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pemerintah Kota Surakarta juga telah meluncurkan proyek revitalisasi pasar mebel di Jalan Kolonel Sutarto, Gilingan, Banjarsari untuk mengembangkan Sentra IKM mebel yang lebih memadai dan lingkungan yang lebih layak. Pertumbuhan yang signifikan dari pasar IKM ini juga ditandai dengan adanya Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni (Wasita, 2024).

Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni merupakan kawasan sentralisasi IKM dengan komoditas produk batik dan turunannya yang diresmikan pada 11 September 2020, di bawah naungan Dinas Koperasi UKM Perindustrian Kota Surakarta dan dikelola oleh UPTD Sentra IKM. Berlokasi di Jalan Sungai Serang I No. 20, Kelurahan Semanggi, Kota Surakarta, Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni menjadi pusat bagi sembilan anggota IKM untuk produksi dan memasarkan produk kreatif anggota IKM. Bangunan di Sentra IKM Semanggi Harmoni memiliki fasilitas seperti ruang produksi, showroom, dan fasilitas untuk kegiatan edukasi. Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni juga menyediakan fasilitas bagi masyarakat umum yang ingin berkunjung agar masyarakat dapat merasakan pengalaman langsung dalam proses pembuatan produk kreatif dan mendalami asal usul dari setiap produk (Primasasti, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber, Ibu Nunuk Hening sebagai kepala UPTD Sentra IKM dan Ibu Nadya Ranti sebagai salah satu staff di lapangan, Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni ini tidak banyak dikunjungi oleh masyarakat umum, data pengunjung yang diperoleh dari wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung adalah siswa-siswi SMK yang menggunakan fasilitas di Sentra untuk keperluan program magang dan kunjungan studi. Sentra ini sebenarnya memiliki fasilitas yang memadai sebagai sarana edukasi bagi masyarakat yang ingin berkunjung untuk belajar mengenai produk-produk lokal yang memiliki nilai budaya. Namun demikian, Sentra ini masih belum cukup dikenal oleh masyarakat umum, hal tersebut disebabkan karena kurangnya penyebaran informasi kepada masyarakat yang mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni.

Target audien penelitian ini adalah masyarakat Kota Surakarta usia 18-25 tahun yang merupakan usia transisi dari remaja akhir ke dewasa. kelompok usia 18-25 tahun sering disebut sebagai *digital native* yang tumbuh dalam era di mana teknologi dan internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (Adinda, 2022). Mengingat kelompok usia ini sangat aktif di media sosial dan *platform digital* lainnya, maka diperlukan sebuah media informasi yang memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas. Media *e-booklet* memungkinkan penyampaian informasi yang lebih terstruktur dan mendetail, serta dapat diakses secara terus-menerus oleh audien (Sitoresmi, 2023).

Berdasarkan masalah visibilitas yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni maka akan di buat perancangan *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. *E-booklet* ini akan menyajikan informasi lengkap tentang Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, mulai dari sejarah, fasilitas yang tersedia, hingga keragaman produk yang memiliki keunikan dan nilai budaya nya masing-masing. Keunggulan dari media ini terletak pada fleksibilitas akses, biaya produksi yang relatif rendah, serta kemampuannya untuk menyajikan informasi yang kaya secara *visual*, selain itu dengan *e-booklet*, informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat *digital*. Diharapkan dari perancangan ini dapat menyelesaikan masalah yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dan menjangkau masyarakat lebih luas.

2. KAJIAN TEORITIS

a. Penelitian Terdahulu

Ditemukan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan buku *digital* sebagai media informasi yang dijadikan sebagai acuan untuk menambah teori dan referensi. Penelitian sebelumnya yang pertama berjudul “Perancangan *Digital Travelling Guide Book* Sebagai Media Informasi Pariwisata Kepulauan Karimun Jawa” oleh M. Vernanda Mar’i Vawaz (2024). Penelitian menghasilkan sebuah *travelling guide book* berbentuk *digital* yang berhasil memberikan informasi gambaran umum secara lengkap dari Karimunjawa kepada wisatawan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan metode penelitian deskripsi naratif, penelitian ini dibuat dengan menggunakan *mixed methods*.

Penelitian terdahulu berikutnya berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Media Informasi Berupa Booklet “Serba Serbi *Cashless/Non-Tunai*” Untuk Kalangan Lansia” oleh Verdianto Christian Kurniadi (2024). Penelitian ini menghasilkan sebuah media informasi berupa *booklet* untuk mempermudah penggunaan *cashless* bagi para lanjut usia. Ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya, alasan dari pemilihan media berupa *booklet* adalah, supaya

dapat memudahkan dalam penyampaian informasi kepada target audien. Perbedaan penelitian terletak pada jenis media *booklet*, yaitu *booklet digital* atau *e-booklet* dan *booklet* cetak. Media *e-booklet* memiliki keunggulan dalam biaya produksi yang minim karena tidak memerlukan cetak serta penyebarannya yang lebih mudah.

Penelitian terdahulu terakhir dilakukan oleh Sri Wulandari dan timnya (2022). Penelitian ini berjudul “Perancangan *E-booklet* tentang Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) Berbahaya Untuk Siswa SD”, telah berhasil menghasilkan sebuah *e-booklet* edukatif. Penelitian ini menemukan bahwa *e-booklet* efektif dalam membantu siswa SD dan guru memahami bahaya konsumsi PJAS. Kesamaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada pemilihan media *e-booklet*, yang dianggap sebagai media yang efektif dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Untuk perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada target audien yaitu siswa SD dan remaja dewasa usia 18-25 tahun.

b. Landasan Teori

E-Booklet

E-Booklet adalah hasil digitalisasi dari *booklet* cetak yang dapat diakses dari perangkat *smartphone* atau perangkat lainnya. Untuk *booklet* sendiri bertujuan untuk menyajikan informasi dari perusahaan, diantaranya seperti, produk, jasa, informasi mengenai organisasi dari perusahaan, kelompok, maupun suatu ideologi (Sitoresmi, 2023). Dengan penggunaan media *e-booklet* penyebaran informasi mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dapat dilakukan dengan mudah dengan aksesibilitas yang tinggi. Isi konten *e-booklet* dapat dikemas dengan desain menarik yang sesuai dengan selera target audien.

Desain Grafis

Menurut JB Reswick, desain grafis adalah proses kreatif yang bertujuan menciptakan sesuatu yang baru, berguna, dan memiliki nilai estetika tinggi (Gozaly, 2023). Dalam konteks *e-booklet* Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, desain grafis berperan penting dalam menyajikan informasi mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni agar lebih menarik, sehingga dapat meningkatkan minat target audien untuk membaca *e-booklet*.

Minimalis Modern

Gaya desain minimalis modern menggunakan pendekatan informatif menawarkan cara yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audien, penggunaan grid system dan hierarki visual yang baik membuat halaman terlihat teratur dan mudah dinavigasi (Raafi, 2023). Dalam perancangan *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, desain disajikan dengan fokus pada penyampaian informasi secara jelas dan efektif, tanpa mengorbankan estetika.

Tipografi

Menurut Roy Brewer (1971), *tipografi* memiliki dua pengertian: secara luas, ia mencakup desain dan pola halaman serta semua bentuk barang cetak. Secara sempit, tipografi hanya berfokus pada pemilihan, penataan, dan pengaturan baris teks, tanpa melibatkan ilustrasi atau elemen *non-typographic*. Tipografi dibagi menjadi dua kategori: *serif* dan *sans serif*. *Serif* memiliki hiasan *stroke* huruf yang meluas dari ujung huruf, sedangkan *sans serif* tidak. Jenis *typeface* juga bervariasi, versi tebal, sangat tebal, miring, atau yang diringkaskan, serta variasi sempit, ringan, atau sangat ekstrem. Dengan demikian, tipografi merupakan komponen penting dalam perancangan *e-booklet* agar semua informasi yang ada dapat lebih mudah tersampaikan ke target audien.

Layout

Layout merupakan tata letak dari susunan elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu sehingga dapat mendukung konsep atau pesan yang dibawanya (Rustan, 2017). *Layout* dalam *e-booklet* Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni memiliki peran yang penting dalam menyampaikan pesan dan menciptakan kesan yang menarik. *Layout* yang baik akan memudahkan target audies dalam menemukan informasi, menyoroti keunikan dari produk anggota IKM.

Photography

Fotografi dalam *e-booklet* Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni berperan penting dalam menyajikan visual yang menarik dan informatif. Teknik-teknik seperti *long shot*, *eye level*, dan *medium close-up* tidak hanya mendukung narasi *e-booklet*, tetapi juga berperan untuk menonjolkan fasilitas yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, membangun narasi visual yang menarik, dan menghubungkan pembaca dengan para anggota IKM. Dengan pemilihan teknik fotografi yang tepat, *e-booklet* ini tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga menjadi sebuah pengalaman visual yang menarik minat pembacanya untuk berkunjung ke Sentra.

3. METODE PENELITIAN

a. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah *mixed methods*, yaitu suatu metode penelitian yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam

metodologi, seperti dalam tahap pengumpulan data, analisis data, dan penggabungan hasil, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap, mendalam, dan valid (Sugiyono, 2012). Dalam perancangan *e-booklet*, penggunaan metode kualitatif digunakan untuk menjangkau data dari pihak pengelola Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dengan wawancara untuk mengetahui masalah riil yang dihadapi dan informasi mengenai profil, sejarah, visi dan misi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan para anggota IKM untuk mengetahui profil masing-masing IKM dan produk unggulannya. Wawancara juga dilakukan untuk evaluasi efektivitas *e-booklet* dengan mewawancarai pihak pengelola Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, ahli desain grafis dan fotografi, dan anggota IKM untuk mendapatkan masukan yang konstruktif dan mengetahui seberapa layak informasi dan seberapa menarik elemen desain dari *e-booklet* ini untuk dijadikan sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Untuk data kuantitatif digunakan untuk menjangkau data dari target audien dengan menyebar kuesioner untuk menjangkau informasi mengenai preferensi media dan untuk mengetahui visibilitas Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni pada masyarakat Kota Surakarta, selain itu penyebaran kuesioner untuk target audien juga digunakan untuk pengujian efektivitas dan kelayakan *e-booklet* sebagai media informasi.

b. Strategi Penelitian

Strategi penelitian ini menggunakan *linear strategy*, yaitu strategi garis lurus yang menerapkan urutan logis pada tahapan perancangan yang sederhana dan mudah dipahami (Sarwono, Lubis. 2020). Tahapan penelitian dimulai dari pengumpulan data, dilanjutkan dengan analisis data, lalu perancangan, pengujian, dan kesimpulan. Pengujian dilakukan target audien yaitu masyarakat Kota Surakarta untuk menguji efektivitas *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Tahap ini digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahap Penelitian

1) Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, identifikasi masalah pertama dilakukan melalui observasi di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dan wawancara dengan pengelola Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, yaitu Ibu Nunuk Hening selaku kepala UPTD Sentra IKM Semanggi Harmoni, serta Ibu Nadya Ranti selaku staf yang berinteraksi langsung dengan para anggota IKM dan pengunjung untuk mengetahui data pengunjung. Hasilnya ditemukan bahwa masyarakat umum

cenderung jarang mengunjungi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, masalah tersebut diperkuat oleh data pengunjung yang menunjukkan bahwa angka kunjungan paling banyak berasal dari siswa-siswi SMK yang menggunakan fasilitas untuk keperluan magang.

Identifikasi masalah kedua dilakukan melalui wawancara dengan bapak Alfa Febela Priyatmono selaku ketua paguyuban Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Beliau menjelaskan bahwa penyebaran informasi masih kurang, di mana sebenarnya Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni sudah memiliki *Instagram*, namun untuk pengelolaannya masih kurang. Terutama di era yang serba *digital* sekarang, penyebaran informasi berbasis *digital* harus disebar secara terus menerus.

Identifikasi masalah ketiga dilakukan penyebaran kuesioner kepada 51 responden masyarakat Kota Surakarta dengan diberi opsi pertanyaan beberapa pasar seperti pasar tradisional dan pasar kerajinan yang hendak dikunjungi apabila berkunjung di kota Surakarta. Dari 51 responden, sebanyak 60.8% belum mengetahui keberadaan Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Data kuesioner juga menunjukkan bahwa 78.4% responden lebih familiar dengan pasar tradisional seperti Pasar Gedhe. Dari data kuesioner dapat disimpulkan bahwa masalah kurangnya visibilitas Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni pada masyarakat Kota Surakarta berakibat pada rendahnya jumlah pengunjung masyarakat umum di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni.

2) Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data ini, menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data primer dari wawancara yang dilakukan dengan Ibu Nunuk Hening selaku kepala UPTD Sentra IKM Semanggi Harmoni yang memiliki pemahaman menyeluruh tentang profil dan sejarah Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai profil, sejarah Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni diresmikan dan visi, misi. Selanjutnya wawancara dilakukan dengan 9 anggota IKM guna memperoleh data mengenai profil lengkap dari masing-masing IKM, termasuk produk unggulannya yang digunakan sebagai bahan materi untuk penulisan isi narasi *e-booklet*.

Pengumpulan data primer kedua diperoleh dari observasi yang dilakukan di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni yang bertujuan untuk mengamati fasilitas yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dan juga mengamati bentuk, warna dan motif bangunan yang dijadikan sebagai bahan untuk menentukan *color pallet*, supergrafis dan materi *copywriting e-booklet*.

Pengumpulan data primer ketiga diperoleh dari pengumpulan data kuesioner yang disebarkan kepada 51 responden masyarakat Kota Surakarta dengan usia 18-25 tahun untuk

mengetahui preferensi media target audien. Hasilnya menunjukkan 94,1% responden lebih memilih media *digital* dibandingkan dengan media cetak. Sebanyak 88,2% responden terbiasa mengakses informasi melalui media sosial dan situs *web* dibanding koran dan majalah. 94,2% responden sangat setuju terhadap inovasi media informasi *digital* di era *digital* saat ini.

Selain itu, pengumpulan data kuesioner dilakukan untuk mengetahui gambaran pengalaman target audien saat berkunjung di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dan selera desain target audien. Hasil yang diperoleh menunjukkan 86,2% responden cenderung mencari pengalaman langsung merasakan proses produksi dan mengetahui kisah di balik setiap produk dibanding membeli produk-produk IKM. Untuk preferensi desain, sebanyak 88,2% responden lebih memilih kombinasi ilustrasi dan teks dengan gaya desain minimalis agar informasi dapat disampaikan dengan jelas dan nyaman dilihat.

Selain itu, pengumpulan data sekunder melalui studi literatur juga diperlukan untuk mendukung data yang diperoleh dari data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan mencari informasi melalui *YouTube* yang membahas mengenai profil dan sejarah peresmian Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dan *website* pemerintah Kota Surakarta untuk mendapatkan informasi tambahan. Kemudian jurnal, buku dan beberapa *website* yang membahas tentang *e-booklet* sebagai media informasi. Data yang terkumpul akan digunakan sebagai referensi tambahan dalam perancangan *e-booklet*.

3) Analisis Data

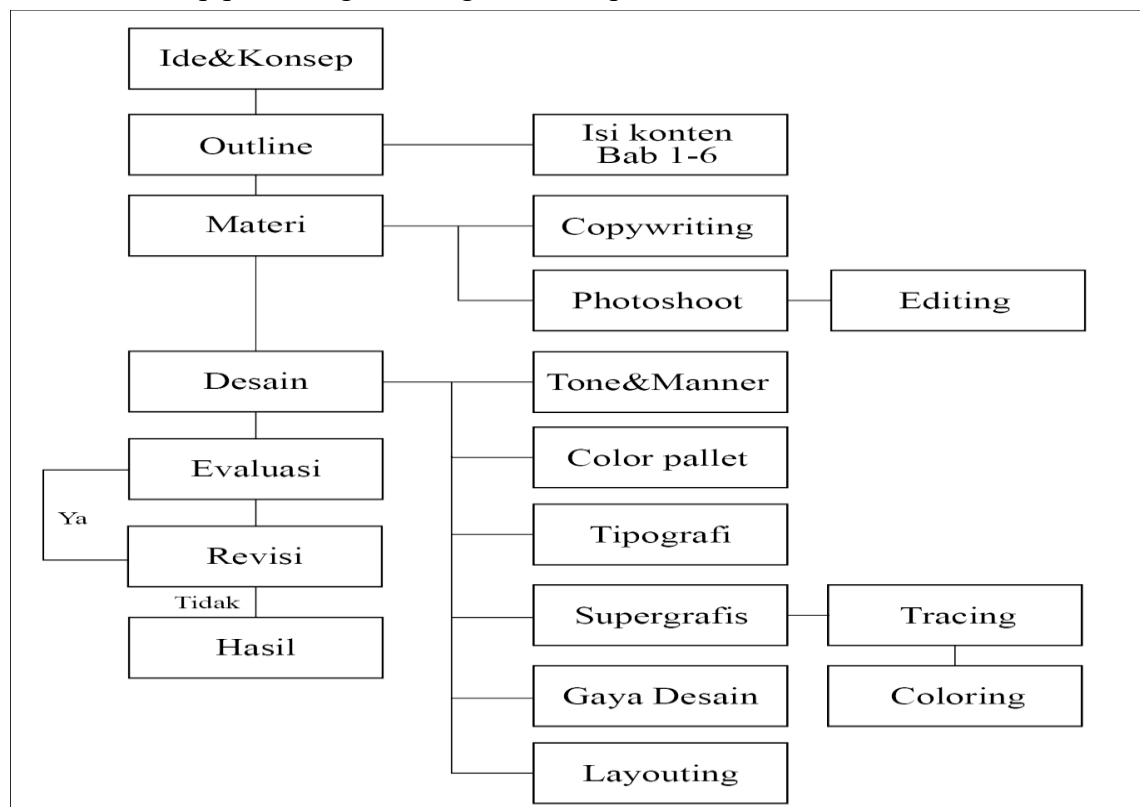
Pada tahap analisis data, data yang telah dikumpulkan mulai dianalisis untuk menentukan konten, gaya bahasa, dan desain visual yang paling relevan dan menarik. Selain itu, analisis data juga bertujuan untuk merancang struktur dan *layout* desain *e-booklet* yang efektif dan sesuai dengan selera target audien. Setelah pengumpulan data diolah, mulai dilakukan analisis untuk menentukan target audien. Berdasarkan hasil analisis target audien secara demografis, target audien adalah masyarakat Kota Surakarta dengan rentang usia 18-25 tahun yang aktif menggunakan media digital dalam kehidupan sehari-hari. Namun tidak menutup kemungkinan apabila target audien diluar rentang usia tersebut juga dapat menikmati *e-booklet* ini.

Dari segi psikografis, target audien menyukai hal yang simpel, cenderung lebih memilih media *digital* daripada media cetak, dan target audien memiliki selera visual yaitu menyukai desain yang minimalis namun memuat informasi yang jelas. Selain itu target audien cenderung tertarik pada budaya lokal, hal tersebut dapat dilihat dari ketertarikan target audien untuk mengetahui asal-usul dan nilai budaya dari suatu produk dibanding hanya membeli

produk-produk dari IKM. Target audien memiliki *behaviour* yang cenderung menggunakan ponsel untuk mengakses media informasi.

4) Perancangan

Sebelum melakukan perancangan *e-booklet*, dibuat suatu bagan untuk menentukan alur perancangan *e-booklet* ini. Pada tahap ini meliputi proses mengolah data yang sudah dikumpulkan menjadi ide & konsep, kemudian dilakukan proses *editing* dan *layouting* untuk menghasilkan *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Tahap perancangan ini digambarkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Alur perancangan *e-booklet*

Pada tahap perancangan, mulai mencari ide konsep untuk perancangan *E-booklet*, termasuk gaya desain, *color pallet*, tipografi, dan gaya fotografi. Untuk *big idea* dari perancangan ini adalah menyoroti keunikan dan keberagaman Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dengan informasi dan elemen visual yang menarik yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas Sentra IKM Kreatif pada target audien, dan apresiasi terhadap produk-produk unggulan IKM yang memiliki nilai budaya lokal. Elemen pendukung berupa tombol akan digunakan untuk mengarahkan pembaca ke tautan tertentu, seperti lokasi dari Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, kemudian informasi kontak, dan media sosial dari masing-masing anggota IKM.

Data yang telah dikumpulkan dari wawancara dan kuesioner digunakan sebagai acuan dalam perancangan *e-booklet*. Dari hasil *brainstorming* yang dilakukan, ditetapkan bahwa judul dari media *e-booklet* adalah 'Pusat Industri Kecil Menengah: Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni' untuk menyajikan informasi yang komprehensif mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni yang juga menampilkan profil dari para anggota IKM beserta produk-produk kreatif unggulan yang dihasilkan. *E-booklet* ini diaplikasikan dalam format *digital* dengan ukuran A4 *potrait* (21 x 29,7 cm). Setelah menemukan *big idea* pada tahap perancangan konsep, dilanjutkan ke tahap perancangan *outline* yang dibagi menjadi beberapa bab yang masing-masing membahas informasi mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, mulai dari informasi para anggota IKM, kegiatan dari masing-masing IKM, dan produk-produk unggulan yang para anggota IKM hasilkan. Pembagian isi konten dalam *e-booklet* dikelompokkan sebagai berikut.

a. BAB 1 – IKM dan Surakarta

Bab ini menjelaskan tentang pasar yang ada di kota Surakarta sebelum mulai merujuk ke Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni.

b. BAB 2 – Tentang Sentra

Bab ini akan membahas sejarah Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, mulai dari kapan Sentra ini diresmikan hingga visi, misi, dan juga denah lokasi.

c. BAB 3 – Fasilitas Sentra

Pada bab ini akan menjelaskan tentang fasilitas dari bangunan Sentra yang menjelaskan fungsi setiap gedungnya.

d. BAB 4 – Komunitas Kreatif

Bab ini membahas profil dari sembilan anggota Industri Kecil Menengah (IKM). Setiap profil anggota IKM yang meliputi informasi tentang latar belakang berdiri dari anggota IKM, keunikan produk dari masing-masing anggota IKM hingga pesan dari para anggota IKM yang menjelaskan keunikan dan daya tarik dari Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni yang yang membuat Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni menarik untuk dikunjungi.

e. BAB 5 – Kegiatan di Sentra

Bab ini menampilkan foto-foto kegiatan dari masing-masing IKM seperti kunjungan, pelatihan dan *workshop* yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni.

f. BAB 6 – Harmoni Kreatif

Bab terakhir ini akan menyajikan visual berupa foto-foto produk unggulan IKM yang dilengkapi dengan informasi kontak dan tautan media sosial para anggota IKM.

Setelah isi konten *e-booklet* ditentukan, tahap selanjutnya adalah mengumpulkan bahan materi yang akan digunakan sebagai referensi dalam membuat *copywriting* untuk *e-booklet*. Bahan materi yang dikumpulkan mencakup data primer dari wawancara lapangan. Data sekunder seperti referensi literatur dan informasi dari sumber terpercaya juga akan digunakan untuk memperkuat isi konten. Semua bahan ini kemudian dianalisis dan diintegrasikan untuk menghasilkan isi konten *e-booklet* yang informatif dan menarik, yang akan mendukung tujuan dari *e-booklet* sebagai media informasi.

Untuk data visual berupa foto yang diperoleh dari pengambilan gambar di lapangan, foto yang sudah dikumpulkan kemudian disesuaikan agar sesuai dengan *outline* di setiap babnya, setelah foto terkumpul, kemudian dilakukan proses seleksi agar sesuai dengan data yang dibutuhkan. Setiap foto yang dikumpulkan juga melalui proses *editing* untuk dilakukan koreksi warna dan penghilangan objek. Proses *editing* dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Proses *editing* foto

Setelah melakukan proses *editing* foto, tahap selanjutnya adalah tahap menentukan *tone and manner*. Pada tahap ini *tone and manner* diarahkan untuk menciptakan pengalaman yang ramah, informatif, dan menginspirasi bagi target audien yang aktif menggunakan ponsel dan tertarik pada budaya lokal, untuk penggunaan gaya bahasa untuk *copywriting* adalah bahasa Indonesia formal pada bagian yang membahas mengenai profil Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Gaya bahasa informal hanya digunakan dalam bagian pesan dari anggota IKM.

Tipografi dalam desain *e-booklet* memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik. Menggunakan kombinasi font *serif* dan *sans-serif* seperti Tex Gyre Termes dan Raleway. Tipografi ini dipilih karena kesannya yang modern namun sederhana dan keterbacaanya yang jelas. Pendekatan pada tipografi yang bersih dan terstruktur membantu pembaca mengakses informasi dengan lebih nyaman dan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audien. Tipografi yang digunakan dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Font Tex Gyre Termes (Kiri) dan Raleway (Kanan) yang digunakan pada perancangan *e-booklet*

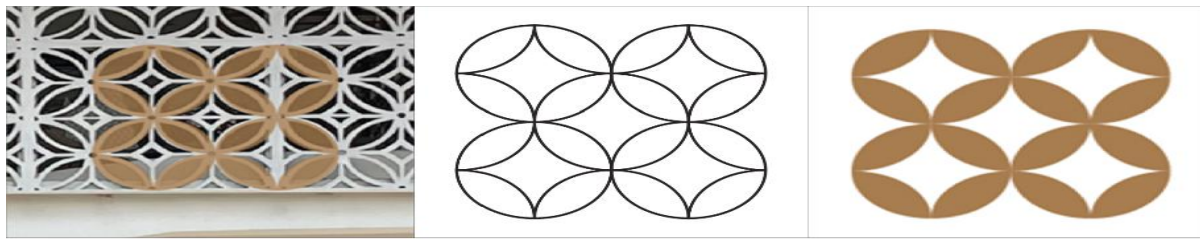
Tahap visualisasi dimulai dengan menentukan *color pallet* yang mengambil referensi dari warna gedung Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni yang didominasi oleh warna coklat krem dan coklat tua. Warna coklat akan memberikan kesan anggun dan elegan pada desain *e-booklet*, sekaligus mencerminkan *tone and manner* yang ingin disampaikan. Contoh *color pallet* yang digunakan dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5 Color Pallet

Langkah selanjutnya adalah membuat elemen supergrafis yang akan dijadikan elemen desain pada *e-booklet*, elemen ini mengambil referensi dari motif batik kawung di Gedung Pendopo Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Dari data visual dilakukan metode *tracing* objek, proses menggambar ulang objek dari gambar yang diperoleh dari data visual yang

menghasilkan *outline*, kemudian dilakukan proses *coloring*. Proses *tracing* objek dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6 *Tracing Objek*

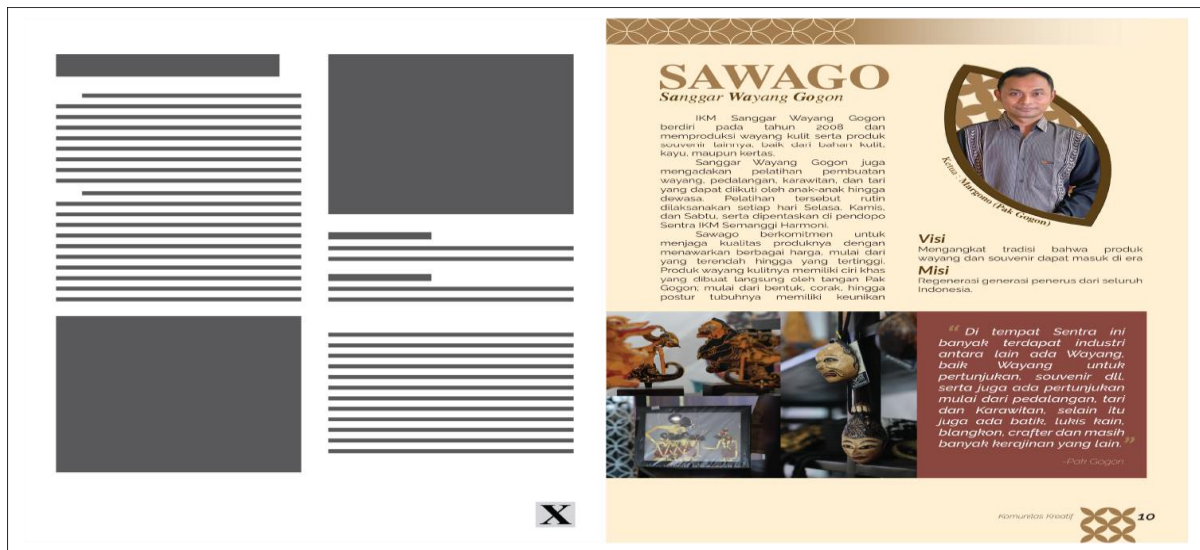


Gambar 7 *Dokumentasi tahap penentuan gaya desain e-booklet “Pusat Industri Kecil Menengah: Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni”*

E-booklet ini menerapkan pendekatan “Minimalis Modern” yaitu menekankan kesederhanaan dan fungsi, tetapi tetap memberikan kesan modern dan estetik. Tujuannya adalah untuk memudahkan pembaca untuk memahami isi dari konten *e-booklet* dan memberikan kenyamanan dalam membaca. Pada tahap ini, semua elemen desain diintegrasikan secara harmonis untuk menciptakan tampilan *e-booklet* yang menarik dan informatif. Untuk dokumentasi proses penentuan gaya desain dapat dilihat pada gambar 7.

Setelah menentukan gaya desain, tahap *layouting* dimulai dengan membuat sketsa kasar yang mengadopsi pendekatan “Minimalis Modern”. Hasil sketsa *layout* harus menekankan hierarki

visual yang jelas, penempatan elemen visual dan teks yang proporsional. Contoh Proses Tahap *Layouting* dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8 Proses Tahap *Layouting*

5) Pengujian

Tahap pengujian akan dilakukan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, yaitu masyarakat Kota Surakarta dengan usia 18-25 tahun untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan isi *e-booklet* dalam menyampaikan informasi dan seberapa menarik *e-booklet* ini bagi target audien. Hasil survei yang sudah terkumpul akan dianalisa menggunakan metode skala Likert, yaitu metode pengukuran yang digunakan untuk mendapatkan data kuantitatif terkait pandangan, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu isu sosial. supaya dapat menarik kesimpulan yang lebih mendalam (Sugiyono, 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan perancangan media *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Dengan dirancangnya *e-booklet* ini, minat pengunjung untuk datang dan tertarik untuk mengenal lebih dalam produk-produk unggulan yang ada di Sentra, serta mendukung upaya penyebaran informasi secara efektif dan komprehensif mengenai Sentra melalui elemen visual yang menarik sehingga dapat meningkatkan visibilitas dari Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni di mata target audien.

Isi Konten dibagi menjadi beberapa bab yang saling terkait untuk memberikan informasi gambaran yang komprehensif tentang Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, diawali dengan *cover e-booklet* yang menampilkan foto gedung pendopo. *Cover* dirancang untuk menarik perhatian utama bagi pembaca dan menggambarkan identitas serta tujuan *e-booklet* secara visual, kemudian bagian kata pengantar untuk menunjukkan apresiasi kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan *e-booklet*. Setelah *cover* dan kata pengantar, dilanjutkan bagian daftar isi yang berisi materi yang dibahas pada masing-masing bab. Contoh dari *cover* dan daftar isi *e-booklet* dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9 Bagian cover, kata pengantar dan daftar isi *e-booklet* “Pusat Industri Kecil Menengah: Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni”

Pada bagian pertama dimulai dengan membahas mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, mulai dari sejarah diresmikan, hingga visi dan misi, kemudian membahas fasilitas bangunan sentra yang berisi informasi fungsi dari masing-masing gedung yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Bagian pertama dan kedua *e-booklet* dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10 Bagian Pertama dan kedua *e-booklet* “Pusat Industri Kecil Menengah: Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni”

Setelah mengenal sentra dan menjelaskan fasilitas, selanjutnya adalah mulai membahas tentang profil dari 9 anggota IKM beserta produk-produk unggulan. Kemudian dilanjutkan dengan bagian yang memperlihatkan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh para anggota IKM. Bagian kedua dan ketiga *e-booklet* dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11 Bagian Ketiga dan Keempat *e-booklet* “Pusat Industri Kecil Menengah : Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni”

Setelah mengenal Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni hingga 9 anggota IKM dan produk-produk yang mereka hasilkan, bagian selanjutnya yaitu bagian yang memperlihatkan foto-foto produk kreativitas IKM dan sekaligus menampilkan kontak dan *social media* dari masing-masing anggota IKM yang dilengkapi dengan elemen interaktif untuk meningkatkan ketertarikan pembaca sekaligus memudahkan target audien dalam menjangkau anggota IKM, seperti tombol 'Klik untuk melihat informasi IKM', kemudian untuk bagian belakang *e-booklet* ditutup dengan *cover* belakang. Bagian kelima, keenam dan *cover* belakang *e-booklet* dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12 Bagian Kelima, Keenam dan Cover belakang *e-booklet* “Pusat Industri Kecil Menengah: Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni”

5. EVALUASI DAN PENGUJIAN

Setelah proses mengimplementasi ide dan konsep ke dalam media *e-booklet* tahap selanjutnya adalah tahap evaluasi. Tahap ini dilakukan secara kualitatif dengan beberapa pihak yang berkaitan, dengan tujuan untuk evaluasi hasil dari perancangan yaitu *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni.

Evaluasi pertama dilakukan wawancara dengan Ibu Nunuk Hening selaku kepala UPTD Sentra IKM, untuk evaluasi *e-booklet* dari segi validitas informasi pada *e-booklet*. Hasil yang didapat adalah *e-booklet* ini sudah cukup sebagai sarana penyampaian informasi di mana data-data informasi yang disajikan sudah lebih detail, dengan adanya *e-booklet* ini, Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni sudah mempunyai sebuah media informasi lebih lanjut yang menggambarkan secara detail mengenai sentra ini. Diharapkan dengan target audien membaca atau melihat sepiintas *e-booklet* ini, target audien akan penasaran bahwa di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni ada tempat produksi yang akan membuat audien tertarik untuk mengetahui apa saja yang ada di Sentra ini. Kemudian Ibu Nunuk Hening juga memberikan masukan agar kedepannya dapat lebih ditonjolkan kembali untuk proses produksi dari masing-masing anggota IKM.

Evaluasi kedua dilakukan wawancara dengan masing-masing anggota IKM untuk evaluasi *e-booklet* dari segi validitas informasi yang mewakilkan 9 anggota IKM yang ada di Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Hasil yang didapatkan adalah seluruh anggota IKM setuju bahwa informasi mengenai anggota IKM sudah cukup untuk mewakili masing-masing anggota IKM, salah satu anggota IKM juga berpendapat bahwa *e-booklet* ini efektif dalam menginformasikan anggota IKM kepada pembaca. Kemudian ada beberapa masukan dari anggota IKM yang mengarah kepada kesalahan penulisan, seperti kesalahan penulisan nama produk unggulan.

Selanjutnya evaluasi dilakukan wawancara dengan bapak Nugroho Hamid Kurnia Santoso selaku praktisi desain grafis dan fotografi untuk evaluasi *e-booklet* dari segi visual baik itu dari penggunaan elemen desain dan foto yang disajikan di *e-booklet*. Menurut bapak Nugroho Hamid Kurnia, untuk keseluruhan informasinya terdistribusi dengan sempurna, untuk komposisi foto yang disajikan sudah baik, *angle* pengambilan gambar juga variatif, untuk kualitas sudah jelas, dan dari segi pencahayaan sudah baik, sehingga informasi yang disampaikan dari foto sudah jelas, dari segi *layout* sudah baik dan tidak terlalu berlebihan, pemilihan font juga sudah baik. Kemudian Nugroho Hamid Kurnia Santoso juga memberi

masukannya untuk kedepannya agar lebih mengeksplor media *digital* lebih jauh lagi dan memanfaatkan *benefit* dari media *digital*.

Setelah dilakukan evaluasi, kemudian dilakukan pengujian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 43 responden target audien yang merupakan masyarakat Kota Surakarta dengan usia 18-25 tahun, guna menguji efektivitas *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dalam menarik target audien. Kategori skor dalam skala Likert dibagi seperti pada gambar 13.

Skor	<u>Keterangan</u>
4	<u>Sangat Setuju</u>
3	<u>Setuju</u>
2	<u>Tidak Setuju</u>
1	<u>Sangat Tidak Setuju</u>

Gambar 13 Kategori skor

Kemudian dilakukan perhitungan skala likert untuk mendapatkan data kuantitatif mengenai efektivitas *e-booklet* sebagai media informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dengan menggunakan perhitungan Likert, hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kepuasan target audien terhadap hasil perancangan *e-booklet* Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni adalah 80,1%. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, hasil ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan target audien memberikan respon yang sangat positif terhadap *e-booklet* sebagai media informasi. Mulai dari bahasa yang digunakan, desain tata letak yang mudah dicerna dan informasi yang disajikan berhasil memberikan gambaran yang jelas mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni. Hal ini menunjukkan bahwa dari informasi dan visual yang disajikan pada *e-booklet* yang telah dikembangkan efektif dalam menyampaikan informasi dan membuat Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni semakin dikenal oleh masyarakat kota Surakarta.

6. IMPLEMENTASI

Setelah tahap visualisasi, evaluasi dan pengujian dilakukan, tahap selanjutnya adalah mengimplementasikan *e-booklet* ke media digital. *E-booklet* ini diunggah di *platform Heyzine* untuk publikasi *e-booklet* kepada target audien dan memungkinkan target audien mengakses secara *online*. Implementasi media digital ini memastikan informasi yang ada di dalam *e-booklet* mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dapat tersampaikan dengan efektif kepada target audien, dapat menarik minat target audien untuk mengenal Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni, sekaligus mendukung upaya penyebaran informasi secara maksimal dan

meningkatkan visibilitas Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni pada masyarakat Kota Surakarta. Untuk penerapan implementasi *e-booklet* pada platform *heyzine.com* dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14 implementasi *e-booklet* “Pusat Industri Kecil Menengah: Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni” pada platform *heyzine.com*

7. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, *e-booklet* ini terbukti menjadi alat yang efektif sebagai sarana penyebaran informasi mengenai Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni secara detail kepada masyarakat Kota Surakarta. Desain yang menarik, materi yang informatif, dan kemudahan akses melalui perangkat *digital* telah berhasil menarik minat target audien untuk mengetahui apa yang ada di dalam Sentra dan meningkatkan visibilitas serta potensi Sentra IKM Semanggi Harmoni dan apresiasi masyarakat Kota Surakarta terhadap produk lokal.

Media *e-booklet* ini diunggah melalui media online *heyzine* yang dapat diakses oleh audien melalui *QR code* yang ada di pusat informasi Sentra IKM Kreatif Semanggi Harmoni dan juga disebarakan melalui media sosial utama, Selain itu, *e-booklet* juga akan didistribusikan melalui kerjasama dengan sekolah-sekolah menengah di Kota Surakarta, serta didistribusikan melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *TikTok*, dan *Instagram* resmi UPTD Pengelolaan Sentra IKM Kota Surakarta. *E-booklet* juga akan dibagikan kepada tamu hotel dan peserta *tour* bekerja sama dengan pihak perhotelan dan agen perjalanan. Harapannya untuk kedepannya *e-booklet* ini dapat dikembangkan lebih baik lagi dengan memanfaatkan *benefit* dari media digital agar kedepannya *e-booklet* dapat menjadi sebuah media informasi yang dapat memberikan pengalaman lebih menarik dan *engaging*.

8. DAFTAR REFERENSI

- Adinda, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gen-Z dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital.
- Afriyadi, Achmad Dwi. 2021. “Mengintip Peran IKM ke Perekonomian Nasional”. Diakses pada 11 September 2024. <https://finance.detik.com/industri/d-5641145/mengintip-peran-ikm-ke-perekonomian-nasional>
- Brewer, Roy. 1971. *An Approach to Print: A Basic Guide to the Printing Processes*, illustrated edition. London: Blandford Press. Curtin, Jeremiah
- Filippo, Carly San. 2024. “Filming 101: Types of Camera Shots and Angles”. Diakses pada 28 November 2024. <https://www.polarpro.com/blogs/polarpro/filmmaking-101-types-of-camerashotsandangles?srltid=AfmBOorJ6uNRRZjbxHz6VJ5m2Cl0SpeafyhM>
- Gozaly, Andreas Avellino. (2023). “Perancangan Desain Ilustrasi Teknik Flat Design Pada Medua Kalender PT. Barata Indonesia”.
- Kurniadi Verdianto Christian. (2022). “Perancangan Komunikasi Visual Media Informasi Berupa Booklet “Serba Serbi Cashless/Non-Tunai” Untuk Kalangan Lansia”.
- Primasasti, Agnia. 2022. “Mengenal IKM Semanggi Harmoni, Pusat Pengembangan Industri Kreatif di Kota Solo”. Diakses pada 13 Mei 2024. <https://surakarta.go.id/?p=2383>
- Ramadhan, Raafi. 2023. “Keuntungan Gaya Desain Minimalis dalam Desain Grafis”. Diakses pada 26 Juli 2024. <https://metamorphosys.co.id/keuntungan-gaya-desain-minimalis-dalam-desain-grafis/>
- Sarwono. Jonathan, Lubis. Harry. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Setiawan, Marwan. (2020). “Desain Grafis Menurut Para Ahli”. Diakses pada 2 Juni 2024. <https://marwansetiawan.medium.com/desain-grafis-menurut-para-ahli-33ca03bb3b8d>
- Sibarani, Erika Winfellina. 2024. “Pemanfaatan Hasil Riset Tingkatkan Produktivitas dan Kualitas Produk IKM”. Diakses pada 21 Agustus 2024. <https://itb.ac.id/berita/pemanfaatan-hasil-riset-tingkatkan-produktivitas-dan-kualitas-produk-ikm/61140>
- Sitoresmi, Ayu Rifka. 2023. “Booklet Adalah Buku untuk Promosi Produk atau Layanan, Ketahui Kelebihannya”. Diakses pada 24 Juni 2024. <https://www.liputan6.com/hot/read/5340634/booklet-adalah-buku-untuk-promosi-produk-atau-layanan-ketahui-kelebihannya?page=2>
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Sugiyono. Bandung: Alfabeta
- Vawaz, M. Vernanda Mar’I. (2024). “Perancangan Digital Travelling Guide Book Sebagai Media Informasi Pariwisata Kepulauan Karimun Jawa”. <https://ejournal.uksw.edu/itexplore/article/view/11738/2782>
- Wasita, Aris 2024. “DPRD Kota Surakarta soroti perkembangan industri kecil daerah”. Diakses pada 20 Oktober 2024.

<https://www.antaranews.com/berita/4090302/dprd-kota-surakarta-soroti-perkembangan-industri-kecil-daerah>

Wulandari, Sri, dkk. (2022). “Perancangan E-booklet tentang Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) Berbahaya Untuk Siswa SD”.
<https://journal.isi.ac.id/index.php/ars/article/view/6423/2590>