

Perancangan Buku Interaktif untuk Membina Hubungan di Antara Pasangan Usia 19-25 Tahun

¹ Angela Mariska, ² Toto Mudjio Mukmin*, ³ Greysia Susilo

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Universitas Tarumanagara

³ Desain Interior, Universitas Pradita

angela.625180098@stu.untar.ac.id, totom@fsrd.untar.ac.id,
greysia.susilo@pradita.ac.id

RUPAKA

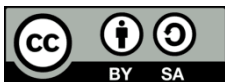
Jurnal Rupaka

<https://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka>

Vol 4, No.1

Juli – Desember 2021

*This is an open access article
under the [CC BY-SA](#) license.*



Abstract

Many romantic relationships carry out by teenagers have the wrong courtship style. Their relationship goals do not end well because of the wrong foundation and process. At early stage of research, I found that many couples, experience boredom in dating, and their activities making it worse. To help this problem, an interactive book is designed for young couple. The book designed to explain how to date with the right goals, tips and tricks on relationship, and interactive activities that couples can do together. The book presented in an attractive and full color, hoping it can help couples to achieve their goals and have a positive relationship.

Keywords: couples, activity book, interactive book, love

Abstrak

Tidak sedikit hubungan asmara yang dilakukan oleh remaja-pemuda merupakan gaya pacaran yang salah. Mereka mencari-cari “tujuan berpasangan” yang sering kali tidak berujung baik karena landasan dan proses pacaran yang salah. Pada hasil penelitian, diketahui banyak pasangan yang mengalami kejenuhan dalam berpacaran, sehingga aktivitas yang mereka lakukan sering kali menjadi hubungan yang negatif. Untuk membantu mengatasi masalah itu, dirancanglah buku interaktif untuk pasangan asmara remaja-pemuda. Buku yang akan dirancang mencakup cara berpacaran dengan tujuan yang benar, *tips and trick* serta aktivitas yang dapat dilakukan pasangan bersama. Buku ini disajikan secara menarik dan *full color* dengan harapan buku ini dapat membantu pasangan mencapai tujuan mereka dan memiliki hubungan pacaran yang positif.

Kata kunci: pasangan, buku aktivitas, buku interaktif, cinta

Pendahuluan

Manusia adalah makhluk yang membutuhkan sosialisasi. Hubungan di antara sesama manusia dapat beragam seperti berteman, bersahabat, berkeluarga, maupun berpacaran. Istilah berpacaran mengacu pada hubungan yang lebih dekat daripada sebuah pertemanan antara pria dan wanita. Hubungan pacaran merupakan realisasi dari rasa suka, rasa nyaman, rasa saling sayang, yang kemudian ditindaklanjuti menjadi sebuah komitmen, yaitu berpacaran. Untuk mengungkapkan rasa sayang dalam pacaran tiap pasangan akan mengucapkan kata sayang atau

melakukan hal-hal yang membuat senang pasangannya (Ferlita, 2008).

Pacaran adalah persiapan menuju pernikahan. Berpacaran bukanlah masa untuk bersenang-senang sesuka hati yang tanpa batas, melainkan masa penyesuaian dan persiapan untuk menuju perkawinan. Hal penting terkait dengan pacaran adalah mengenal cinta atau kasih dan mengenal lawan jenis (Dharma, 2006). Banyak dari remaja tidak mengerti apa sebenarnya tujuan dari berpacaran. Oleh sebab itulah banyak remaja berjalan ke arah yang salah. Hubungan ini kemudian akan berakhir tidak menyenangkan.

*Penulis Koresponden

Seperti yang dikemukakan (Muamar, 2005) bahwa Hal ini bisa terjadi karena bosan, sudah terbiasa dan tidak penasaran lagi. Tidak jarang orang bisa membedakan rasa cinta dan gelora cinta nafsu, sehingga sering kali ditemukan remaja-pemuda yang mengaku bahwa dirinya dalam berpacaran melakukan hubungan seksual di luar pernikahan.

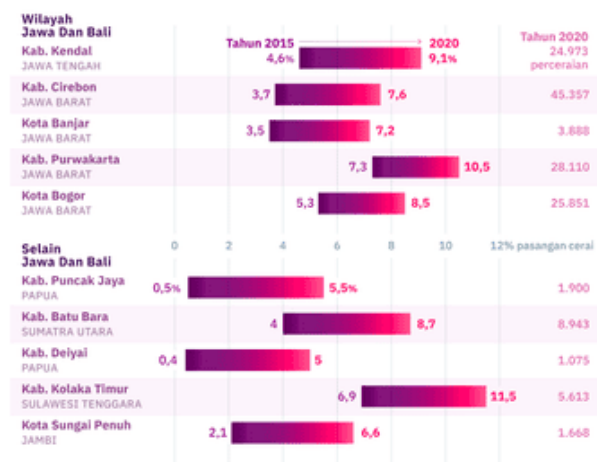
Manusia mencari pasangan untuk mengalami cinta yang dirasa istimewa. Seperti yang juga dinyatakan oleh (Gray 2021:9), tiap tahun jutaan pasangan bersatu dalam cinta dan kemudian bercerai dengan rasa sakit karena mereka telah kehilangan rasa cinta itu. Dari yang sanggup mempertahankan cinta cukup lama untuk sampai ke pernikahan hanya 50% yang tetap menikah. Di antara mereka yang tetap bersama sama, barangkali 50% lainnya tidak merasa puas. Mereka tinggal bersama karena kesetiaan dan kewajiban atau karena segan untuk memulai kembali.

Lembaga penelitian Good in Bed Research, mengadakan survei kepada 3.341 responden (1.418 laki-laki dan 1923 perempuan). Hasilnya, setengah dari responden ini mengaku bosan dengan hubungan berpasangannya saat ini. Hasil penelitian ini menunjukkan sekitar 800 responden (25 persen) tengah berada di ambang kebosanan dalam hubungannya. Dari jumlah ini, puluhan orang mengaku rasa bosan dalam hubungan muncul setidaknya seminggu sekali. Ada juga yang merasa bosan dengan hubungannya, setiap hari (16,8 persen responden yang mengaku bosan setiap hari). Kemudian 40 persen responden mengaku rasa bosan muncul berkali-kali dalam hubungannya. Bahkan, 20 persen responden mengaku, perselingkuhan kerap terjadi akibat bosan dalam hubungan jangka panjang. (Wawa, 2011).

Berdasarkan Lokadata.id (Maharrani, 2021), tingkat perceraian di Indonesia terus meningkat. Pada 2015 sebanyak 5,89 persen pasangan suami istri bercerai (hidup). Jumlahnya sekitar 3,9 juta dari total 67,2 juta rumah tangga. Pada 2020, persentase perceraian naik menjadi 6,4 persen dari 72,9 juta rumah tangga atau sekitar 4,7 juta pasangan.

Pergeseran persentase perceraian* tertinggi

Pada tahun 2020 di Kab. Kendal, terjadi perceraian suami-istri pada 9,1% dari 273.382 rumah tangga. Persentase ini bergeser 4,5% dari persentase tahun 2015.



* Data perceraian meliputi kasus cerai hidup.
Sumber: Susenas, 2015 dan 2020 (Bakoh)
Desainer: Astari / Analis / Naniang

lokadata

Gambar 1: Kenaikan Angka Perceraian (sumber: Lokadata.id)

Peningkatan angka perceraian tersebut salah satunya disebabkan oleh kurangnya pengenalan antar pasangan sebelum memasuki pernikahan. Dari permasalahan tersebut, setiap orang yang sedang menjalin hubungan memerlukan suatu persiapan untuk mengenal kepribadian pasangannya sebagai pertimbangan sebelum memasuki jenjang pernikahan melalui sebuah media informasi yang dapat membantu pasangan mengetahui potensi kekuatan dan konflik dalam hubungan.

Hubungan berpacaran diharapkan menjadi sebuah masa ketika pasangan saling mengenal satu sama lain dan bergumul. Apakah benar dia orang yang tepat untuk menjalani hidup bersama seumur hidup? Karena masa pacaran adalah waktu yang sangat krusial untuk mengambil keputusan. Setelah menikah, pasangan tidak dapat mengubah keputusan itu lagi di bawah sumpah hidup bersama (Fa, 2014).

Hal ini mendorong Penulis untuk merancang buku aktivitas khusus untuk pasangan. Buku ini dapat memberikan aktivitas, inspirasi, dan ide-ide segar mengenai kegiatan pacaran yang positif. Buku ini juga mencakup *memorial*, dan berbagai *tips and trick* yang dapat membantu setiap pasangan untuk memiliki pola pikir dalam hubungan pacaran yang sehat dan positif.

Metode

Teori Robin Landa (2013:73-95) digunakan untuk perancangan buku ini yaitu pada *5 Step of Design* yang membagi proses desain menjadi 5 fase, yaitu orientasi, analisis, konsepsi, desain, implementasi.

Proses tersebut yaitu :

1. Orientasi

Dalam tahap ini desainer mendekatkan diri dan berusaha mengenali objektif desain mereka. Dalam tahap ini desainer menanyakan semua pertanyaan guna mendapatkan informasi sebanyak mungkin.

2. Analisis dan Strategi

Dalam tahap ini desainer berusaha menilai informasi atau data apa saja yang relevan dengan apa yang mereka kerjakan. Salah satu output yang sering kali muncul sebagai bentuk akhir tahap ini adalah pembuatan *creative brief*

3. Konsep Perancangan

Tahapan di mana desainer mulai merajut informasi dan data-data menjadi solusi-solusi visual. Dalam tahapan ini segala keputusan visual dilakukan secara umum dan merupakan sebuah titik awal dari eksekusi visual pada tahap selanjutnya. Pada tahap ini, desainer mungkin saja menggagas beberapa konsep-konsep desain, konsep desain tersebut dikenal sebagai alternatif desain.

4. Pengembangan Desain

Pada tahap ini, dilakukan proses visualisasi berdasarkan konsep desain yang telah dipaparkan sebelumnya. Proses visualisasi berupa sketsa, dan komprehensif (desain yang sudah matang). Pada tahapan ini, desainer mungkin saja membuat variasi-variasi desain berdasarkan konsep yang sebelumnya telah digagas.

5. Implementasi

Hasil desain dipersiapkan dengan rapi untuk dieksekusi ke dalam bentuk yang dipilih baik itu jenis digital, cetakan, atau *mock up*.

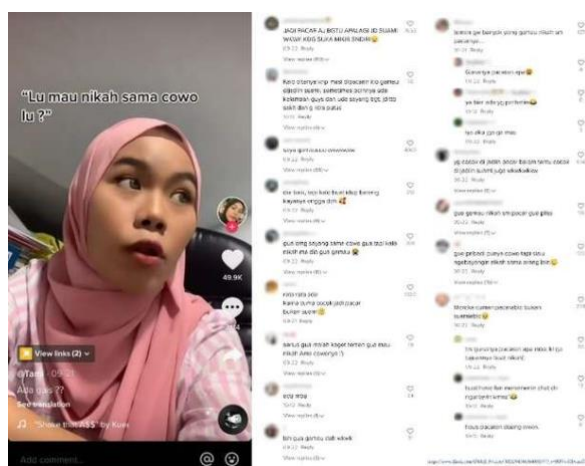
Hasil dan Pembahasan

Orientasi

Penulis melakukan observasi dengan memperhatikan gaya berpacaran di antara teman dan didapati masih banyak pasangan yang salah tujuan dalam berpacaran. Penulis mendengar beberapa

pernyataan seperti pacaran untuk taruhan, untuk mengoleksi mantan, untuk terlihat keren atau sekedar jalan-jalan.

Dalam melakukan observasi, Penulis juga menemukan video TikTok seorang wanita dengan yang membuat TikTok dengan pertanyaan apakah bersedia menikah dengan pasangannya. Penulis menemukan banyak komentar orang yang tidak mau menikah dengan pacar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak pasangan yang berpacaran tidak untuk hubungan serius.



Gambar 2: TikTok Gak Mau Nikah Sama Pacar (sumber: TikTok)

Hal ini mendorong Penulis merancang suatu media untuk membantu pasangan memiliki hubungan pacaran yang lebih jelas tujuannya dan bertumbuh ke arah yang baik.

Analisis dan Strategi

Pada tahap kedua, Penulis melakukan analisis dari data-data yang diperoleh dari tahap orientasi untuk membentuk strategi, yang nantinya akan menghasilkan pedoman dalam mendukung proses perancangan.

Penulis melakukan wawancara kepada seorang konselor pasangan, pengurus bimbingan pranikah dan pasangan yang sudah menikah selama 7 tahun lebih, dan dari sana didapatkan bahwa untuk mengenal pasangan dibutuhkan kerendahan hati terus menerus, dan tidak dapat menganggap diri sangat mahir dalam menjalani hubungan, karena hal tersebut malah dapat membuat miskomunikasi lebih besar. Selain itu Penulis juga mendapati bahwa menyimpan kenangan dapat membuat pasangan lebih dekat satu sama lain.

Kuesioner juga dilakukan secara kuantitatif dan sesuai target yaitu pasangan berumur 15-26 tahun kepada 124 responden. Dari kuesioner tersebut, didapati masalah yang paling sering muncul dalam hubungan berpacaran adalah salah paham/miskomunikasi. Selain itu, pada alasan awal berpacaran, dapat terlihat jawaban yang signifikan jumlahnya banyak yaitu pada “Untuk memiliki teman lawan jenis”, “Mengobati rasa kesepian”, dan “Ingin menikmati suasana kencan”. Dari jawaban tersebut, Penulis menganalisa bahwa mungkin kebanyakan orang berpacaran mungkin merasa kurang bahagia bila berstatus sendirian dan membutuhkan lawan jenis untuk mengisi kekosongannya.

Peneliti juga menganalisis buku pasangan lain yang sudah beredar di toko *online*. Dari 3 buku pesaing yang Penulis temukan, buku pasangan mereka cenderung berbahasa Inggris, memiliki sedikit ilustrasi dan hanya berisi permainan maupun pertanyaan sederhana yang bertujuan untuk bersenang-senang saja.

Konsep Perancangan

Dari hasil analisis, Penulis mendapati bahwa media yang baik dipilih untuk perancangan adalah buku. Buku dipilih karena merupakan media yang dapat menyimpan kenangan dengan baik dalam bentuk fisik. Sifat dari buku juga mudah dibawa, mudah disimpan, dan juga dapat dihias dan modifikasi dengan mudah oleh penggunanya.

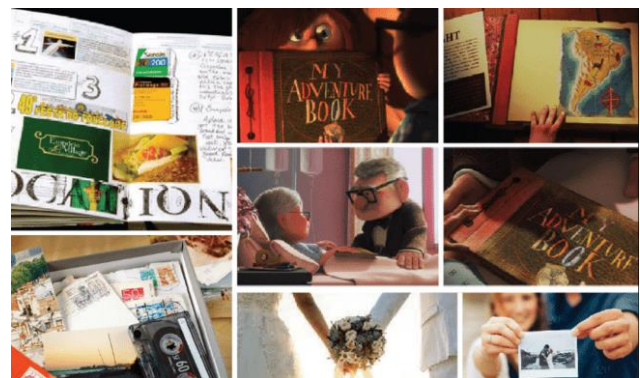
Buku akan dirancang sedemikian rupa dengan konten artikel dari Dr.Love yang bermanfaat disertai permainan, pertanyaan yang mendukung untuk membantu pasangan lebih mudah mengaplikasikan hubungan yang lebih positif.

Perancangan buku ini dimulai dengan membuat perancangan *mindmap* dan didapati kata: mempersiapkan pernikahan, ada masalah, cinta manis, kenangan, hubungan yang akan berakhir dan aktivitas.



Gambar 3: Mindmap Pacaran

Perancangan dilanjutkan dengan memvisualisasikan konsep yang akan dibuat dengan *moodboard* berdasarkan hasil kata kunci dari *mindmap*. Gambar dari *moodboard* adalah mengenai bagaimana pasangan akan menyimpan kenangan mereka bersama dalam bentuk foto-foto, tulisan, dan juga petualangan mereka bersama.



Gambar 4: Moodboard Identitas Visual

Dari *mindmap* maupun *moodboard*, kemudian dirancanglah 3 warna utama yang akan mewarnai setiap bab. Berdasarkan Basuki (2015), warna merah menggambarkan warna yang penuh energi dan cinta. Ini adalah warna yang cocok untuk menggambarkan awal cinta yang masih menggebu-gebu. Kemudian warna kuning merupakan warna yang gembira dan merangsang aktivitas. Ungu merupakan warna yang menggambarkan sesuatu yang romantis dan abadi. Diharapkan seperti warna ungu, pasangan juga terus bersama dan abadi. Selain itu warna pastel juga dipilih sebagai warna pendukung. Warna pastel dipilih karena menggambarkan hal yang romantis.



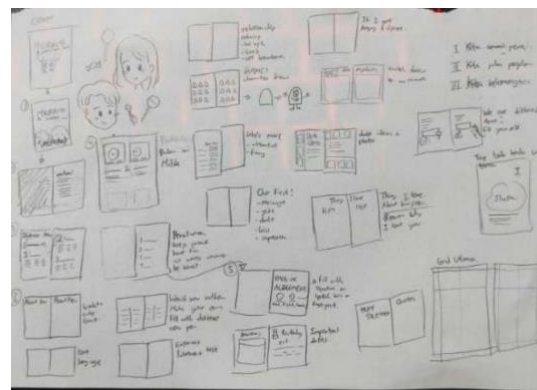
Gambar 5: Skema Warna dan Font

Font yang dipilih untuk utamanya adalah font *Chocolate Cookies* yang dipilih karena memberikan kesan yang romantis, manis, dan tidak kaku. Kemudian *ABeeze* sebagai font penjelasan, dipakai untuk artikel atau tulisan yang cukup banyak, karena merupakan *sans serif* yang mudah dibaca, memberikan kesan lucu dan tidak kaku. Font *Vividly* juga dipilih sebagai font pendukung karena merupakan font *handwriting* yang dapat mengundang pembaca mau menulis juga. Ketiga font ini dipilih sesuai dengan kata kunci dari *mindmap* sebelumnya.

Pengembangan Desain

Konsep dibuat ke dalam bentuk sketsa komprehensif untuk dikembangkan ke dalam visual yang lebih jelas dengan berkonsultasi dengan Dr.Love dan membuat isi kontennya. Konten tersebut kemudian dibagi menjadi 3 bab berdasarkan tahap pacaran. Tahap pertama adalah tahap ketika baru mengenal satu sama lain, tahap kedua adalah tahap menjalani cinta, mengeksplor dan bersenang-senang. Kemudian, tahap ketiga adalah tahap menerima segala baik dan buruknya pasangan dan membuat visi masa depan untuk hidup bersama.

Perancangan desain kemudian diawali dengan perancangan beberapa konsep permainan dan isi konten buku yang akan dimuat ke dalam buku dalam bentuk sketsa kasar. Sketsa ini berisi ilustrasi dan *layout* sementara.



Gambar 6: Sketsa

Penulis merancang sketsa *layout* ke dalam bentuk kertas setelah menyusun konten, untuk menyusun urutan halaman dan melihat secara keseluruhan bentuk dari buku. Perancangan sketsa *layout* ini berdasarkan modular *grid* agar penempatan tulisan dan gambar lebih bebas dan bervariasi.



Gambar 7: Sketsa Visual

Perancangan penanda bab dimulai dengan pembuatan sketsa ilustrasi untuk mendapat *style* perancangan. Sketsa dibuat menurut gambaran orang Indonesia pada umumnya yang memiliki warna kulit kekuningan, rambut lurus, ataupun bergelombang berwarna hitam, dan warna mata hitam. Bentuk dari ilustrasi ini menggunakan *style* yang *simple* dan lucu dengan *lineart* dan *blocking* warna yang sederhana. *Style* ini dipilih karena konsumen buku ini cenderung perempuan yang lebih menyukai menyimpan dan menghias kenangan bersama pasangan, dan perempuan cenderung menyukai hal yang lucu. Pewarnaan dan *lineart* yang sederhana dipakai agar menampilkan kesan yang sederhana, imut, dan tidak membuat mata lelah.



Gambar 8: Sketsa Ilustrasi

Dari 4 alternatif sketsa, masih terdapat kekurangan seperti warna yang terlalu terang, gambar yang terlalu kekanakan dan proporsi tubuh yang sesuai dengan biologis perempuan dan laki-laki. Dari sanalah, dirancang kembali ilustrasi yang lebih sesuai.



Gambar 9: Sketsa Ilustrasi 2

Tahap selanjutnya adalah Penulis membuat pembatas bab dengan 3 warna sesuai dengan konsep perancangan. Pembatas bab tersebut dirancang dengan sebelah kiri *quotes* dan sebelah kanan ilustrasi pasangan dengan *chapter* babnya dan judul bab di bawahnya.



Gambar 10: Sketsa Pembatas bab

Penulis kembali merancang ilustrasi yang berbeda dengan *cover* awal yang merupakan pasangan sedang berjalan dengan memakan lolipop menjadi pasangan yang sedang melakukan aktivitas lainnya untuk pembatas babnya. Perubahan pembatas bab juga diganti untuk bagian kutipan sebelah kirinya.



Gambar 11: Alternatif Pembatas Bab

Dalam pengerjaan isi buku, Penulis menyadari kekurangan dalam pembatas bab sebelumnya, yaitu kurang menonjol dan kurang menarik. Penulis kembali merancang pembatas buku dengan konsep yang sesuai dengan judul dari buku interaktif pasangan ini, yaitu “Milik Kita” yang merupakan pelesetan dari permen susu yang bernama Milkita. Permen Milkita merupakan permen berbentuk lolipop dengan rasa susu yang manis. Konsep ini juga dapat menjelaskan mengenai buku ini yang dirancang manis bagi pasangan dan seperti susu yang putih menggambarkan kejujuran dan keterbukaan dalam hubungan berpacaran.

Pada perancangan pembatas bab, masih terdapat beberapa perubahan lagi seperti perubahan *font* dan juga letak agar tidak terlalu dekat antar *chapter* dan judul babnya agar lebih baik dipandang mata. *Font* diganti menjadi *Vividly* agar terkesan lebih manis dan romantis dibandingkan *font* sebelumnya yang memberikan kesan kaku dan serius.



Gambar 12: Pembatas Bab (sumber: Dokumentasi Pribadi)

Layout isi buku juga dirancang dengan berwarna untuk memberikan kesan *fun*. Buku di isi dengan berbagai permainan, artikel, dan juga ajakan interaktif buku lainnya sesuai dengan warna, *font*, dan *grid* yang telah ditentukan.

Implementasi

Produksi dari buku ini nantinya akan dibuat dalam bentuk *pre-order* untuk pemesanan bukunya. Buku Milik Kita tidak di *publish* kepada penerbit melainkan dapat didapatkan lewat *event* pameran maupun secara *online* di media sosial seperti Instagram dan Tiktok maupun toko *online* seperti Shopee maupun Tokopedia.

Peminatan dari buku interaktif pasangan saat ini rendah karena target market belum mengetahui kebutuhan buku ini dan keberadaan buku ini di pasaran, oleh karena itu dibutuhkan pemasaran untuk mengenalkan produk ini kepada masyarakat.



Gambar 13: Instagram Post Milik Kita

Pemasaran buku dimulai dengan membuat Instagram dan konten edukasi mengenai pacaran, *quotes* percintaan, konten *trivia*, baik di Instagram

Dr.Love maupun Milik Kita untuk menarik target *audience* penasaran dan merasa ini adalah Instagram yang tepat mereka butuh kan. Pada awal dari pemasaran dilakukan *softselling* agar *target audience* nyaman dan percaya dengan *brand* milik kita terlebih dahulu.

Buku Milik Kita mulai diperkenalkan lewat webinar yang biasa disampaikan oleh Dr.Love. Webinar ini biasanya menyampaikan edukasi dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memiliki dan menjaga hubungan yang baik dengan sekitar. Dari sini buku dapat mulai dikenalkan dan dijadikan hadiah dan *doorprize* dari webinar. Ini dilakukan agar buku terkesan eksklusif dan spesial, serta membuat peserta webinar penasaran dengan isi buku. Dalam setiap pembelian ataupun hadiah, konsumen mendapatkan satu buku milik kita dengan *hardcover*, dengan tiga pembatas buku.



Gambar 14: Buku Dan Pembatas Buku Milik Kita

Selang 2 minggu, *pre-order* dari buku dibuka dalam kurun waktu 2 minggu. Pada tahap *pre-order*, dibuat penawaran kepada 100 pembeli pertama dapat mendapatkan bonus satu lembar stiker, 2 stiker satuan besar, dan stiker kecil, serta sebuah pin. Pada saat *pre-order*, webinar juga terus berjalan seperti biasa dan melakukan promosi pada akhir webinar (tanpa *doorprize* maupun hadiah berupa buku) dan pada Instagram mulai dipasang Instagram *story ads* untuk mempromosikan buku. Begitu juga dengan Tiktok, dapat membuat konten Tiktok berisi promosi terhadap buku milik kita.

Setelah tahap *pre-order*, penjualan buku ditutup sementara selama 1 minggu untuk mendapatkan kesan eksklusif dan terbatas. Pada saat ini buku di *packing* dan dikirim kepada pembeli, sementara itu konten pada sosial media tetap berjalan.

Buku mulai akan diluncurkan lewat *offline* terlebih dahulu seperti lewat *event mall*, pameran, atau *event* kerja sama dengan perusahaan lain yang berkaitan dengan pacaran. Selama periode ini akan diberikan diskon berupa potongan harga sebesar 15%. Untuk mendukung promosi buku ini juga dirancang poster promosi untuk mendatangi *booth* penjualan. Pada *booth* terdapat penjualan *sweater couple* juga untuk mendukung promosi dari buku milik kita. Bonus memopad akan diberikan jika minimal pembelian mencapai Rp200.000.



Gambar 15: Banner dan Poster Promosi, stiker, pin, sweater

Sementara kegiatan *launching offline* yang berjalan 1 bulan, penjualan *online* juga berjalan di media sosial dan toko *online* sehabis 1 minggu *setelah pre order*. Pada penjualan *online* akan ada potongan Rp10.000 *voucher* toko *online* dari *menfollow* toko dan juga gratis ongkir. Saat itu, promosi akan ditekankan lebih ke penjualan *offline* lewat *event-event* agar orang tertarik untuk melihat dan merasakan fisik buku, dengan diurgenkan lagi diskon yang lebih besar saat di *booth*.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, masih banyak pasangan yang memiliki tujuan berpacaran yang salah. Untuk membantu memberikan edukasi dan membantu pasangan tidak bosan dalam berpacaran, Penulis membuat perancangan buku interaktif pasangan berjudul “Milik Kita”.

Buku Milik Kita adalah buku interaktif untuk pasangan yang ingin memiliki hubungan pacaran yang sehat dan bertumbuh dengan *full color* yang informatif, interaktif, dan dapat dijadikan sebagai tempat menyimpan kenangan.

Melalui perancangan ini diharapkan pasangan

yang menjalani hubungan pacaran menemukan tujuan pacaran yang benar, serta dapat melakukan aktivitas bersama yang merekatkan hubungan untuk mencegah rasa bosan dalam menjalani hubungan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Alexandra Arvia, S.Psi., M.Psi., Psikolog atas ketersediaannya menjadi model klien, sekaligus psikolog yang berbidang khusus dalam hubungan pasangan asmara untuk di wawancarai dan diminta artikel mengenai hubungan pacaran yang sehat menurut psikologi di tengah kesibukannya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada Eddy Gunawan dan Yuliana Warseno selaku pasangan yang telah menikah selama 7 tahun, yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai mengenai pengalaman mereka tentang menjalani hubungan pacaran dan pernikahan

Tidak lupa Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Wijaya selaku pembina pranikah di GKI Perniagaan atas waktu dan informasi yang telah diberikan untuk diwawancarai mengenai pembinaan pranikah, cara untuk mempersiapkan pernikahan dan lain-lain.

Penulis juga berterima kasih kepada responden yang bersedia mengisi kuesioner dan juga tim penelitian yang menyebarkan kuesioner *online* sebagai salah satu sumber data dari perancangan buku ini.

Daftar Pustaka

- Basuki, A. (2015). Makna warna dalam desain: Politeknik Elektronika Negeri Surabaya
- Dharma, S. M. (2006), Menuju Perkawinan: Before You Say I Do..Diaspora Sejahtera, Malang
- Fa, C.K. (2014). *Dating Insight*. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia
- Ferlita, G. (2008). Sikap terhadap Kekerasan dalam berpacaran : Penelitian pada Mahasiswi Reguler Universitas Esa Unggul yang Memiliki Pacar. *Jurnal Psikologi*. Vol. 6, No. 1, Juni 2008 (10-24)
- Gray, J. (2021). *Men are from Mars, Women are from Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions*. USA: Wadsworth Cengage Learning
- Maharrani A. (2021). Perceraian di Indonesia terus meningkat. Retrieved 10 Agustus 2021 from <https://lokadata.id/artikel/perceraian-di-indonesia-terus-meningkat>
- Mariska, A. (2022). Perancangan Buku Interaktif Pasangan “Milik Kita” Untuk Usia 19-25 Tahun.

Skripsi, Fakultas Seni Rupa dan Desain. UNTAR.

Muamar, A. (2005). Nikah Bawah Tangan (versi Anak Kampus). QultumMedia.

TikTok. (2021). Retrieved 21 September 2021 from
https://www.tiktok.com/@b0cil_9/video/7010294546366008577? t=8OVw52IwzmT& r=1

Wawa. (2011). Ribuan Pasangan Mengaku Bosan dengan Hubungannya. Retrieved 28 Juli 2021 from
<https://amp.kompas.com/edukasi/read/2011/05/11/13005677/NaN>