

PROYEK AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PERIODE VIII



**PENGARUH TATALETAK SAMPUL MAJALAH VIVI TERHADAP
TINGKAT MINAT BELI *FASHION BLOGGER* WANITA**

Dikerjakan oleh :
Olivia Eunike Marilyn
13.13.0090

Pembimbing :
Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR.
Lilian Rahardjo, S.Sn

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
PERIODE GENAP 2015/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PENGARUH TATALETAK SAMPUL MAJALAH VIVI TERHADAP TINGKAT MINAT BELI *FASHION BLOGGER* WANITA

Dikerjakan Oleh :

Olivia Eunike Merilyn

13.13.0090

Program Studi Desain komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Soegijapranata

Semarang, Juni 2016

Mengesahkan,

Dekan

Fakultas Arsitektur dan Desain

Dra. B. Tyas Susanti, MA.Ph.D

NIDN 0626076501

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Koordinator
Proyek Akhir DKV 08

Ag. Dicky Prastomo, S. IP., M.A.
NPP 058.1.2013.283

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR
NIDN 0608075601

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PENGARUH TATALETAK SAMPUL MAJALAH VIVI TERHADAP TINGKAT MINAT BELI *FASHION BLOGGER* WANITA

Dikerjakan Oleh :

Olivia Eunike Merilyn

13.13.0090

Program Studi Desain komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Soegijapranata

Semarang, Juni 2016

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR

NIDN. 0608075601

Lilian Rahardjo, S.sn

NDN. 0627066701

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR

NIDN. 0608075601

Lilian Rahardjo, S.Sn

NIDN. 0627066701

Peter Ardianto, S.Sn., M.Sn.

NPP. 058.5.2013.100

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Olivia Eunike Merilyn

NIM : 13.13.0090

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

**PENGARUH TATALETAK SAMPUL MAJALAH VIVI TERHADAP TINGKAT MINAT
BELI *FASHION* *BLOGGER* WANITA**

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan lain, saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, Juni 2016

Olivia Eunike Merilyn

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyusun Poyek Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Dalam Proyek Akhir ini penulis akan membahas mengenai PENGARUH TATALETAK SAMPUL MAJALAH VIVI TERHADAP TINGKAT MINAT BELI *FASHION BLOGGER* WANITA. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama pembuatan Proyek Akhir ini. Rasa terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Ir. IGN Dono Suyoso selaku Dosen pembimbing
2. Ibu Lilian, S.Ds selaku Wakil Dosen pembimbing
3. Seluruh narasumber yang telah memberikan informasi sehingga Proyek Akhir ini bisa berjalan dengan lancar
4. Seluruh Dosen Progdil Desain Komunikasi Visual UNIKA Soegijapranata yang telah memberikan banyak ilmu terutama ilmu desain sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini
5. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah banyak berjasa kepada penulis sehingga Proyek Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada Proyek Akhir ini, maka dari itu mohon maaf jika ada kekurangan. Akhir kata, penulis berharap agar Proyek Akhir ini dapat diterima dengan baik serta bermanfaat guna menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca serta pihak-pihak manapun.

Semarang, 14 Juni 2016

Penyusun,

Olivia Eunike Merilyn

ABSTRAK

Fashion blogger adalah seorang wanita yang menyukai mode dengan melakukan kegiatan berbelanja dan mengikuti trend busana masa kini. Mereka melakukan banyak eksperimen dengan berbagai pakaian dan aksesorisnya, seperti pemotretan secara manual. Intinya mereka melakukan hal tersebut karena diri mereka merasa nyaman. Salah satu inspirasi mereka adalah majalah mode. Majalah dapat digolongkan menurut pembacanya atau kelompok pembaca yang menjadi target pasarnya, yakni berdasarkan usia atau jenis kelamin (demografis), pembedaan secara psikografis, dan geografis. Misalnya untuk majalah yang terbit berdasarkan demografis adalah majalah yang diperuntukkan bagi wanita. Berbagai artikel informasi yang dibahas dan diulas dalam majalah-majalah tersebut disesuaikan dengan karakter dan gaya bahasa target sarannya, begitu juga dengan gaya pendekatannya dalam hal tampilan atau pun desain majalahnya. Misalnya majalah mode yang dikhususkan untuk wanita. Majalah mode wanita akan membahas semua hal mengenai perkembangan mode-mode wanita. Seiring perkembangan jaman, banyak sekali lembaga yang membeli barang dari luar negeri untuk dijual kembali di dalam negeri atau yang biasa disebut dengan impor. Dalam penelitian ini yang akan di teliti adalah Majalah Vivi berbahasa Jepang, sesuai dengan pembuatan pertama majalah ini yaitu di negara Jepang. Majalah ini memiliki pembahasan mengenai kehidupan remaja Jepang. Dengan adanya tulisan analisis mengenai tata letak sampul Majalah Vivi, dapat mengungkap apakah sampul Majalah Vivi yang berbahasa Jepang dapat menarik minat beli para *fashion blogger* di Indonesia, khususnya di Jakarta. Metode yang dilakukan adalah dengan kualitatif, studi literature, analisi, dan wawancara langsung dengan *fashion blogger* wanita di wilayah Jakarta. Melalui penelitian ini kesimpulan yang didapat adalah Majalah Vivi masih diterima dimata para *fashion blogger* wanita, walaupun majalah ini menggunakan bahasa Jepang dan mempunyai ciri khas tataletak Jepang. Namun pembelian masih dipengaruhi dengan gaya mode yang dianut oleh masing-masing *fashion blogger*, karena tidak semua *fashion blogger* menyukai gaya mode Jepang. Beberapa *fashion blogger* wanita juga menyukai gaya tataletak sampul majalah yang sederhana.

Kata Kunci : Fashion blogger, Majalah Jepang, Pengaruh Pembelian

ABSTRACT

Fashion blogger is a woman who loves fashion to perform activities of shopping and follow the fashion trends of today. They do a lot of experiments with a variety of clothing and accessories, such as shooting manually. Essentially they do so because they themselves feel comfortable. One of their inspirations are fashion magazines. Magazines can be classified according to their readers or groups of readers into its target market, which is based on age or gender (demographic), distinctions psychographic, and geographic. For example, for a magazine published by demographic is a magazine intended for women. Various articles and reviews the information discussed in these magazines adapted to the character and style its targets, as well as the style of approach in terms of appearance or design magazine. Eg fashion magazines devoted to women. Women's fashion magazine will discuss all the matters concerning the development of ladies fashions. Along the development era, a lot of agencies that buy goods from abroad for resale in the domestic or commonly called by imports. In this study, which will be researched is speaking Vivi magazine Japan, according to the magazine's first facility in the country, namely Japan. The magazine had a discussion about the lives of Japanese teenagers. With the handwriting analysis on the cover of magazine layout Vivi, can reveal whether the cover of Japanese magazine Vivi which may attract buying interest of the fashion bloggers in Indonesia, especially in Jakarta. The method used is qualitative, literature studies, analysis, and interviews with fashion bloggers woman in Jakarta. Through this research the conclusion obtained is still acceptable Vivi magazine fashion blogger in the eyes of women, although the magazine is using Japanese and Japan has a characteristic layout. However, the purchase is still influenced by fashion styles adopted by each fashion bloggers, because not all fashion bloggers like the style of Japanese fashion. Some fashion bloggers women also like the style of the magazine covers a simple layout.

Keywords: Fashion blogger, Japanese magazine, Influence Purchases

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
I.2 IDENTIFIKASI MASALAH	3
I.3. PEMBATASAN MASALAH	3
I.4. PERUMUSAN MASALAH	3
I.5. TUJUAN PENELITIAN	4
I.6. MANFAAT PENELITIAN	4
I.7. KERANGKA PENELITIAN	4
I.8. METODE PENELITIAN	5
I.8.1. KUALITATIF	5
I.8.2. STUDI LITERATUR	6
I.8.3. ANALISIS	6
I.8.4. WAWANCARA	6
I.9. KAJIAN PUSTAKA	6
I.9.1. THE ELEMENTS OF GRAPHIC DESIGN	6
I.9.2. DESIGN THAT GRAB WOMEN’S ATTENTION	7
I.9.3. MODERN JAPAN : ALL THAT MATTERS	7
I.10. SISTEMATIKA PENULISAN	8

BAB II TINJAUAN UMUM

II.1. LANDASAN TEORI	9
II.1.1. FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI MINAT BELI	9
II.1.1.1 INDIKATOR MINAT BELI	9
II.1.2. TEORI PERILAKU KONSUMEN	10
II.1.2.1 FAKTOR BUDAYA	10
II.1.2.2 FAKTOR SOSIAL	11
II.1.3. TEORI KUALITAS PRODUK	12
II.1.4. TEORI HARGA	14
II.1.5. TEORI DESAIN	14
II.1.5.1 SEJARAH DESAIN GRAFIS JEPANG	14
II.1.5.2 ELEMEN TATALETAK	16
II.1.5.2.1 ELEMEN TEKS	16
II.1.5.2.2 ELEMEN VISUAL	19
II.1.5.2.3 ELEMEN TIDAK TERLIHAT	19
II.1.5.3 PRINSIP TATALETAK	20
II.1.5.4 PENERAPAN TATALETAK	22
II.1.5.5 KOMPONEN SAMPUL MAJALAH	23
II.1.5.5.1 LOGO	23
II.1.5.5.2 WARNA	26
II.1.5.5.2.1 KOMBINASI WARNA	27
II.1.5.5.3 COVER LINES	39
II.1.5.6 TIPOGRAFI	40

BAB III METODE PENELITIAN

III.1. VARIABEL PENELITIAN	45
III.2. METODE PEMBAHASAN	45
III.2.1. KUALITATIF	45

III.2.2. STUDI LITERATUR	45
III.2.3. ANALISIS	46
III.2.4. WAWANCARA	46
III.3. ANALISA DATA	52
BAB IV DATA PENELITIAN	
IV.1. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	53
IV.1.1. KODANSHA	53
IV.1.2. MAJALAH VIVI	56
IV.1.3. FASHION BLOGGER	57
BAB V ANALISA	
V.1. ANALISA SAMPUL MAJALAH	59
V.1.1. ELEMEN TATALETAK	59
V.1.1.1 ELEMEN TEKS	59
V.1.1.1.1 JUDUL (HEADLINE)	59
V.1.1.1.1.1 HEADLINE MAJALAH VIVI BULAN AGUSTUS 2015	60
V.1.1.1.1.2 HEADLINE MAJALAH VIVI BULAN SEPTEMBER 2015	61
V.1.1.1.1.3 HEADLINE MAJALAH VIVI BULAN OKTOBER 2015	62
V.1.1.1.1.4 HEADLINE MAJALAH VIVI BULAN NOVEMBER 2015	64
V.1.1.1.1.5 HEADLINE MAJALAH VIVI BULAN DESEMBER 2015	65
V.1.1.1.1.6 HEADLINE MAJALAH VIVI BULAN JANUARI 2016	67
V.1.1.1.2 NAMEPLATE DAN LOGO	68
V.1.1.2 ELEMEN VISUAL	75
V.1.1.2.1 SAMPUL VIVI BULAN AGUSTUS 2015	75
V.1.1.2.2 SAMPUL VIVI BULAN SEPTEMBER 2015	77
V.1.1.2.3 SAMPUL VIVI BULAN OKTOBER 2015	78
V.1.1.2.4 SAMPUL VIVI BULAN NOVEMBER 2015	80

V.1.1.2.5 SAMPUL VIVI BULAN DESEMBER 2015	82
V.1.1.2.1 SAMPUL VIVI BULAN JANUARI 2016	84
V.1.2. PRINSIP TATALETAK	86
V.1.2.1. SEQUENCE (URUTAN)	86
V.1.2.1.1 SEQUENCE MAJALAH VIVI BULAN AGUSTUS 2015	87
V.1.2.1.2 SEQUENCE MAJALAH VIVI BULAN SEPTEMBER 2015	89
V.1.2.1.3 SEQUENCE MAJALAH VIVI BULAN OKTOBER 2015	91
V.1.2.1.4 SEQUENCE MAJALAH VIVI BULAN NOVEMBER 2015	93
V.1.2.1.5 SEQUENCE MAJALAH VIVI BULAN DESEMBER 2015	95
V.1.2.1.6 SEQUENCE MAJALAH VIVI BULAN JANUARI 2016	97
V.1.2.2. EMPHASIS (PENEKANAN)	98
V.1.2.3 BALANCE (KESEIMBANGAN)	99
V.1.3. KOMPONEN SAMPUL MAJALAH	100
V.1.3.1 COVER LINES	100
V.1.4. ELEMEN TIDAK TERLIHAT	100
BAB VI PENUTUP	
VI.1. KESIMPULAN	102
VI.2 SARAN	103
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II. 1	Macam-macam jenis serif	43
GAMBAR VI.1	Logo Kodansha Jepang	53
GAMBAR V.1	Headline Majalah Vivi bulan Agustus 2015 yang sudah diterjemahkan	60
GAMBAR V.2	Headline Majalah Vivi bulan Agustus 2015 yang sudah diterjemahkan	61
GAMBAR V.3	Serif membulat pada lingkaran merah	62
GAMBAR V.4	Headline Majalah Vivi bulan Oktober 2015 yang sudah diterjemahkan	62
GAMBAR V.5	Headline Majalah Vivi bulan November 2015 yang sudah diterjemahkan	64
GAMBAR V.6	Stroke angka '2' berbentuk bola dan bagian bawah angka '2' mempunyai serif membulat, sedangkan angka '4' menggunakan serif membulat	64
GAMBAR V.7	Headline Majalah Vivi bulan Desember 2015 yang sudah diterjemahkan	65
GAMBAR V.8	Jenis sans serif yang dibulatkan berwarna merah	66
GAMBAR V.9	Headline Majalah Vivi bulan Januari 2016 yang sudah diterjemahkan	67
GAMBAR V.10	Jenis sans serif yang dibulatkan berwarna merah	68
GAMBAR V.11	Nampelate Majalah Vivi bulan Agustus 2015 (kotak merah)	69
GAMBAR V.12	Nampelate Majalah Vivi bulan September 2015 (kotak merah)	70
GAMBAR V.13	Nampelate Majalah Vivi bulan Oktober 2015 (kotak merah)	70
GAMBAR V.14	Nampelate Majalah Vivi bulan November 2015 (kotak merah)	71
GAMBAR V.15	Nampelate Majalah Vivi bulan Desember 2015 (kotak merah)	71
GAMBAR V.16	Nampelate Majalah Vivi bulan Januari 2016 (kotak merah)	72
GAMBAR V.17	Display Majalah Vivi di toko buku Kinokuniya Mall Grand Indonesia Jakarta	72
GAMBAR V.18	Display Majalah Vivi di toko buku Kinokuniya Plaza Senayan Jakarta	73
GAMBAR V.19	Display Majalah Vivi di toko buku Kinokuniya Mall Pondok Indah Jakarta	73
GAMBAR V.20	Logo Majalah Vivi	75
GAMBAR V.21	Pantone warna cover model Reina	75
GAMBAR V.22	Pantone warna cover model Natsuki Margaret Gibb	77
GAMBAR V.23	Pantone warna cover model Kiko Mizuhara	79
GAMBAR V.24	Pantone warna cover model Rola	81
GAMBAR V.25	Pantone warna cover model Komatsu Nana dan Emma Nana	83

GAMBAR V.26 Pantone warna cover model Reina Triendl	85
GAMBAR V.27 Urutan baca Majalah Vivi bulan Agustus 2015	87
GAMBAR V.28 Urutan baca Majalah Vivi bulan September 2015	89
GAMBAR V.29 Urutan baca Majalah Vivi bulan Oktober 2015	91
GAMBAR V.30 Urutan baca Majalah Vivi bulan November 2015	93
GAMBAR V.31 Urutan baca Majalah Vivi bulan Desember 2015	95
GAMBAR V.32 Urutan baca Majalah Vivi bulan Januari 2016	97
GAMBAR V.33 Keseimbangan asimetris Majalah Vivi	99



DAFTAR BAGAN

BAGAN I.1 Skema kerangka penelitian

5

