

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Fashion blogger adalah seseorang yang berprofesi dibidang dunia *fashion* (mode) dan dijalankan secara *online* via blog. Pada umumnya, seorang *fashion blogger* adalah penyukai belanja dan sangat mengikuti perkembangan *trend* (kecenderungan) busana masa kini, kebanyakan *fashion blogger* adalah wanita. Mereka biasanya bereksperimen dengan pakaian dan aksesorisnya, bahkan melakukan sesi pemotretan secara manual otodidak (tidak memakai jasa fotografer profesional). Para *fashion blogger* melakukan hal tersebut dikarenakan diri mereka merasa percaya diri dan nyaman dengan kemampuan gaya tata busananya (Handayani, 2015, www.kompasiana.com, p. 2-3).

Menurut Handayani (2015) Bukan tidak mungkin kalau usaha yang berbasis blog seperti ini akan dilirik pasar internasional. Salah satu dari mereka bahkan telah berhasil bekerja sama dengan beberapa perusahaan *brand* (merk) pakaian terkenal dan beberapa artis lokal yang telah menjadi langganannya. Aninditya (2015) mengatakan pengaruh *fashion blogger* bagi masyarakat awam khususnya wanita begitu besar. Banyak wanita yang terinspirasi akan *posting-an* para *fashion blogger* tersebut untuk ditiru gaya berpakaianya. Hal ini yang membuat seorang *fashion blogger* terlebih di Indonesia semakin dihargai eksistensinya. Bahkan *fashion blogger* sudah menjadi sebuah profesi yang terbilang menjanjikan, terutama untuk wanita muda (Aninditya, 2015, www.ziliun.com, p. 3). Menurut hasil wawancara yang diperoleh, para *fashion blogger* mencari inspirasi gaya mereka melalui blog, internet, sosial media, dan majalah mode wanita.

Sebuah majalah mengandung banyak elemen-elemen grafis, seperti tipografi, gambar, ilustrasi, dan berbagai elemen lainnya. Hal ini bertujuan untuk memperindah isi majalah dan menarik perhatian masyarakat untuk membacanya. Majalah juga harus memiliki konsep dan target kelompok yang jelas atau sesuatu hal yang membedakannya dengan majalah lain, agar dapat dilihat oleh masyarakat bahwa majalah tersebut memiliki ciri khas serta keunggulan dari majalah-majalah lain. Gambar pada sampul (*cover*) majalah, memuat atau mewakili isi majalah. Halaman sampul majalah memiliki beberapa tujuan, yaitu harus tampak menjual, harus terlihat

menarik, sedap dipandang dan memiliki perbedaan dengan sampul majalah lain untuk menarik pembaca baru. Selain itu setiap sampul yang baru harus berbeda dari edisi – edisi sebelumnya tapi tetap terlihat familiar dan dapat dikenali oleh para pembaca setianya. Sampul juga harus dapat menampilkan karakter dan isi dari majalah (Nikola, 2014, www.magazinedesigning.com).

Assegaff (1983 : 127) mendefinisikan majalah adalah sebuah media publikasi cetak yang diterbitkan secara berkala dan memuat artikel-artikel dari berbagai penulis. Kasali (1992) menuturkan bahwa majalah mulai muncul karena kebutuhan masyarakat akan sebuah informasi yang beragam, sesuai dengan gaya hidup masyarakat. Majalah dapat digolongkan menurut pembacanya atau kelompok pembaca yang menjadi target pasarnya, yakni berdasarkan usia atau jenis kelamin (demografis), perbedaan secara psikografis, dan geografis atau dapat dilihat dari segi kebijakan editorialnya. Contohnya 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 sarasannya, 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 (h. 111).

Seiring perkembangan jaman, banyak sekali orang maupun lembaga membeli barang dari luar negeri untuk dijual kembali di dalam negeri seperti negara Indonesia. Hal ini yang disebut dengan impor (Sutarto *et al.*, 2008). Majalah Vivi adalah salah satu majalah impor mode terkemuka di Asia, Majalah Vivi sudah diterbitkan di Jepang, Cina, Taiwan, dan Hong Kong. Majalah Vivi yang di impor di Indonesia hanya memiliki dua bahasa, yaitu bahasa Mandarin dan bahasa Jepang. Majalah Vivi masuk dalam kategori majalah remaja, karena membahas hal-hal seputar remaja seperti mode, kecantikan, gosip dan berita mengenai artis.

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.

I.2. Identifikasi Masalah

Majalah Vivi memiliki halaman sampul yang padat, sehingga mengakibatkan kesulitan dalam mengenal identitas majalah tersebut, membaca informasi didalam sampul tersebut, dan kurang terlihatnya model pada sampul majalah. Hal ini mempengaruhi pembelian Majalah Vivi pada para *fashion blogger* wanita.

I.3. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah pada kasus yang menjadi pembahasan proyek akhir ini :

1. Penelitian tingkat minat pembelian Majalah Vivi terhadap *fashion blogger* dilihat dari tata letak sampul Majalah Vivi
2. Penelitian dilakukan di Indonesia khususnya di wilayah ibu kota Jakarta. Dilihat dari jumlah penduduk, menurut Permendagri (2015) Jakarta memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak yaitu 9.992.842 jiwa
3. Wanita muda berusia 20-30 tahun yang berprofesi sebagai *fashion blogger* menjadi target utama penelitian. Dilihat dari jumlah *fashion blogger* yang terbanyak adalah berjenis kelamin wanita
4. Pemahaman pola pikir yang diterapkan mengenai elemen desain, harga, kualitas, dan perilaku pembeli diambil dari teori-teori yang sudah ada.

I.4. Perumusan Masalah

Perumusan yang akan diangkat :

1. Bagaimana elemen visual sampul Majalah Vivi dapat mempengaruhi minat pembelian para *fashion blogger*?
2. Bagaimana pandangan para *fashion blogger* mengenai sampul Majalah Vivi ?

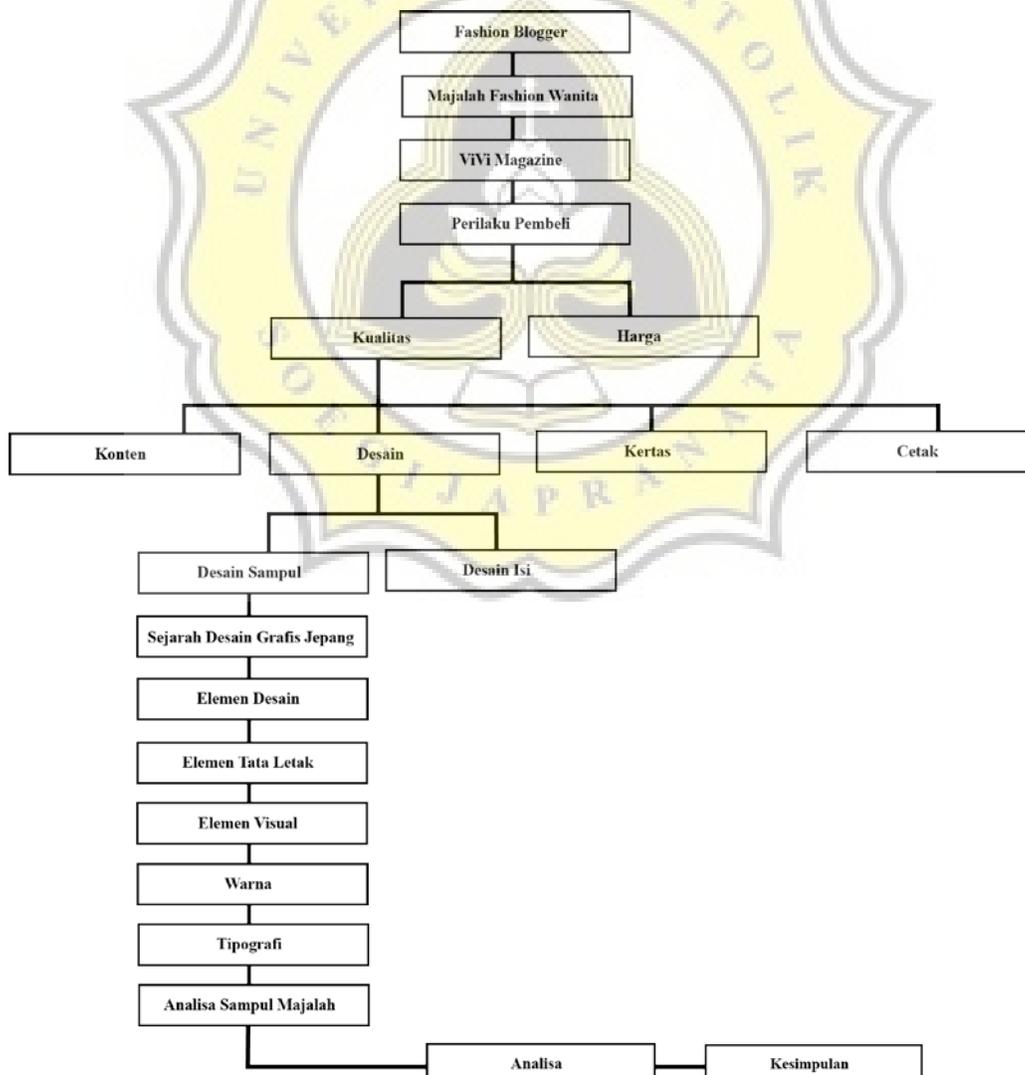
I.5. Tujuan Penelitian

Mengetahui seberapa besarkah tingkat minat beli Majalah Vivi dilihat dari sampul majalah tersebut. Seberapa besarkah pengaruh tataletak (*layout*) majalah mode impor Jepang ini terhadap para *fashion blogger* Indonesia, terutama pada wilayah Jakarta.

I.6. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini masyarakat dapat mengetahui lebih dalam mengenai desain majalah Jepang yang memiliki ciri khas tertentu dengan melihat sejarah perkembangan desain grafis Jepang. Selain itu untuk mengetahui apakah desain sampul Majalah Jepang Vivi dapat mempengaruhi pembaca di Indonesia, khususnya bagi para *fashion blogger*.

I.7. Kerangka Penelitian



BAGAN I.1 Skema kerangka penelitian (Sumber gambar : dokumen pribadi).

I.8. Metode Penelitian

I.8.1. Kualitatif

McMillan dan Schumacher (2003) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan yang disebut pendekatan investigasi. Peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka dan berinteraksi langsung dengan orang-orang yang akan ditelitinya. Penelitian kualitatif juga bisa dimaksud dengan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Strauss, Corbin, 2003). Sekalipun demikian, data yang dikumpulkan dari penelitian kualitatif memungkinkan untuk dianalisis melalui suatu penghitungan.

I.8.2. Studi literatur

ALA Glossary of Library and information Science (1983) menjelaskan studi literatur menggunakan bahan bacaan sebagai aktifitas secara intelektual maupun rekreasi. Literatur digolongkan menjadi literatur primer, sekunder dan tersier. Tingkat ketajaman setiap analisis literatur berbeda. Dalam penelitian ini penulis menggunakan literatur sekunder yaitu yang meringkas, atau mengindeks dari literatur primer dan literatur tersier yang memuat petunjuk untuk mendapatkan literatur sekunder.

I.8.3. Analisis

Menurut Biklen dan Bogdan (2002) yang dikutip oleh Ali analisis adalah sebuah proses pencarian dan penyusunan data melalui transkrip wawancara dan catatan lapangan, serta dokumentasi yang menambah pemahaman peneliti terhadap yang ditemukan (www.informasiahli.com).

I.8.4. Wawancara

Hadi (1986) mengatakan bahwa wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi yang akan diperoleh. Dalam melakukan wawancara, peneliti telah melakukan penyiapan instrumen penelitian

berupa pertanyaan tertulis yang jawaban alternatifnya sudah disiapkan. Setiap responden diberi pertanyaan yang sana dan peneliti mencatatnya.

I.9. Kajian Pustaka

I.9.1. The Elements of Graphic Design

Menurut Alexander W. White (2002), mendesain merupakan sebuah perencanaan. Proses mendesain memberi aturan pada sebuah kekacauan dan ketidakpastian. Keteraturan dalam desain sangat baik bagi penikmat yang dapat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan harus berbanding lurus dengan desain yang baik. Tetapi jika kita melihat aspek terkecil dari suatu desain, akan terlihat bahwa apa yang disebut bagus akan berubah seiring berjalannya waktu. Untuk menyebut bahwa sebuah desain itu bagus, harus memiliki suatu aspek penting yaitu elemen desain.

I.9.2. Designs That Grab Women's Attention

Di Jepang kemanapun ada jalan selalu ada istilah baru dalam mengkategorikan perempuan. Istilah baru seperti itu diikuti dengan perkembangan pasar yang signifikan bagi produk yang ditujukan khusus bagi perempuan: bisnis yang sukses menarik perhatian perempuan dapat meraup penjualan yang fenomenal. Salah satu cara pendekatan atau desain promosi jika dilakukan dengan benar cukup untuk membuat imajinasi perempuan melayang. Hanya terdapat sedikit perbedaan dari mana desain yang mampu menarik minat dan mana yang tidak menarik minat sama sekali. Untuk mendapat menarik perhatian perempuan, desain harus penuh dengan strategi. Desain yang menarik minat perempuan lebih dalam ke target pasar utama, dan konten dari desain tersebut, dampak yang diberikan dari setiap bagian desain untuk menawarkan pemahaman berharga yang lebih dalam untuk dapat menangkap perhatian perempuan dalam pasar yang padat sekarang ini.

I.9.2. Modern Japan : All That Matters

Jonathan Clements (2014) dalam bukunya menjelaskan mengenai perkembangan Jepang semenjak akhir perang dunia kedua. Menyajikan negara seperti Jepang sendiri yang melihat mereka, dia menjelaskan isu-isu utama mengenai rekonstruksi nasional. Seringkali diabaikan oleh penduduk Amerika, pengaruh adanya perang dingin, skandal politik, dan

meteor naik dan tiba-tiba jatuh pada ekonomi Jepang pada akhir abad dua puluh. Sejarah Clemets mengubah pandangan wanita dan perilaku konsumen, perkembangan politik, edukasi dan kesehatan, dan juga bayangan isu nuklir dari Hiroshima sampai Fukushima. Ia juga menginvestigasi dampak budaya Jepang ‘kekuatan halus’, dan juga tren baru dimanapun dari penolakan sosial menjadi barang bekas cantik.

I.10. Sistematika Penulisan

BAB 1 Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka penelitian, metode penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB 2 Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar penelitian, analisa, serta kajian data yang berhubungan dengan Pengaruh Tataletak Sampul Majalah Vivi Terhadap Tingkat Minat Beli *Fashion blogger* Wanita.

BAB 3 Metode Penelitian

Berisi tentang tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data analisa, serta hasil wawancara yang telah didapat.

BAB 4 Data Penelitian

Berisi mengenai deskripsi latar belakang Kodansha, Majalah Vivi, dan *fashion blogger*.

BAB 5 Analisa

Berisi mengenai analisa elemen tataletak : judul (*headline*), *nameplate* dan logo, elemen visual, prinsip tataletak : *sequence*, *emphasis*, dan *balance*, warna, tipografi, komponen sampul majalah, dan elemen tidak terlihat .

BAB 6 Penutup

Berisi kesimpulan dan saran dari hasil keseluruhan penelitian.

