

## BAB V ANALISA

### V.1. Analisa Sampul Majalah

#### V.1.1. Elemen Tataletak

##### V.1.1.1 Elemen Teks

###### V.1.1.1.1 Judul (Headline)

*Headline* pada sampul Majalah Vivi, menggunakan jenis huruf yang berbeda-beda dalam setiap edisinya dan selalu memiliki ukuran yang lebih besar daripada *nameplate* Majalah Vivi. Wyatt (2016) mengatakan *headline* adalah sebarisan teks dengan ukuran huruf yang lebih besar bertujuan untuk menarik pembaca ([www.tameri.com](http://www.tameri.com)). Fungsi *headline* sama pentingnya dalam mengajak pembaca melihat cerita-cerita yang dibahas. *Headline* juga membuat ikatan yang kuat antara publikasi dan pembacanya (Caldwell dan Zappaterra, 2014, h. 87). *Headline* Majalah Vivi pada bulan Agustus 2015 sampai Desember 2015 mengangkat tema utama mengenai mode yang akan dibahas pada setiap bulannya, sedangkan pada bulan Januari 2016 membahas tentang tema acara persahabatan diawal tahun. *Headline* pada sampul Majalah Vivi, menggunakan jenis huruf yang berbeda-beda dalam setiap edisinya dan selalu memiliki ukuran yang besar. *Headline* dengan ukuran besar mempunyai peranan penting untuk menarik perhatian pembaca dan juga untuk membedakan elemen tataletak lainnya. Selain ukuran, pemilihan jenis huruf (*font*) juga harus menarik perhatian (Rustan, 2014, h. 28). Majalah Vivi mempunyai ukuran *headline* yang lebih besar daripada *nameplate*-nya, sehingga terlihat dari kejauhan. Ukuran *headline* terlihat lebih jelas daripada *nameplate* majalah. Berikut adalah analisa *headline* Majalah Vivi :

### V.1.1.1.1.1 *Headline* Majalah Vivi Bulan Agustus 2015



1. “Ingin disimpan, tapi kok modelnya nggak lucu. Ah, jadi nggak suka!”
2. “*Good praise* (pujian bagus) di tengah musim panas!”
3. “Hmm, seberapa keren ya nantinya?”

**Gambar V.1** *Headline* Majalah Vivi bulan Agustus 2015 yang sudah diterjemahkan

(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Terlihat dari terjemahan diatas, *headline* Majalah Vivi bulan Agustus membahas atau memberitahukan konten penting mengenai tips-tips mode musim panas. Konten ini juga yang diharapkan untuk menarik minat beli target pembaca wanita muda. Sihombing (2015) menjelaskan bahwa terdapat tiga kelompok dasar huruf, yaitu *light*, *regular*, dan *bold*. Perbedaan berat pada huruf dapat memberikan dampak visual yang berbeda (h. 136). *Headline* pada sampul majalah edisi ini memakai huruf Jepang (Hiragana, Katakana, Kanji) dan mempunyai ketiga dasar berat huruf tersebut, dan ini berpengaruh pada susunan teks yang ditulis pada sampul majalah tersebut. Teks yang paling menonjol adalah bagian kedua “*Good praise* (pujian bagus) di tengah musim panas!”, teks ini menggunakan berat *bold* yang ketebalannya mempunyai potensi yang kuat untuk menarik perhatian. Rustan (2011) mengatakan bahwa berat *bold* berguna untuk memberikan penekanan pada beberapa kata.

### V.1.1.1.1.2 *Headline* Majalah Vivi Bulan September 2015



1. “Apa saja yang akan menjadi trend di musim panas!!”
2. “*Real Plainclothes Show*”
3. “Satomi Ishihara, Yuki Kinoshita, Akari Hayami, Maika Yamamoto, Watanabe Naomi of ‘summer’s’”

**Gambar V.2** *Headline* Majalah Vivi bulan Agustus 2015 yang sudah diterjemahkan

(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Dari terjemahan diatas, sama seperti edisi sebelumnya *headline* Majalah Vivi bulan September membahas atau memberitahukan konten penting mengenai mode musim panas. *Headline* yang paling menonjol adalah pada bagian kedua, karena penggunaan dua jenis huruf yaitu huruf Jepang dan huruf latin. Berat yang digunakan adalah jenis *bold*, sama seperti pada teori sebelumnya bahwa berat *bold* memiliki ketebalan yang berpotensi kuat untuk menarik perhatian (Sihombing, 2015, h. 136). Rustan (2014) mengatakan pemilihan jenis huruf haruslah menarik perhatian, karena *headline* dalam segi estetikanya sangat diprioritaskan (h.28). Selain itu pada buku *Fontipografi* (Rustan, 2011, h. 20 dan 31) ia juga menjelaskan bahwa *serif* adalah tambahan kait pada huruf dan *serif* mempunyai macam-macam jenis, salah satunya adalah membulat. Pada *headline* bulan September, Majalah Vivi menggunakan dua jenis huruf yaitu huruf Jepang dan huruf latin. Huruf latin pada *headline* ini mempunyai

*serif* yang membulat. *Serif* yang mempunyai ujung membulat memberikan kesan yang tidak begitu formal dan terkesan lebih santai.



**Gambar V.3** *Serif* membulat pada lingkaran merah (Sumber gambar : dokumen pribadi).

Alex Poole (2012) menjabarkan argumentasinya mengenai *legibility serif*, salah satunya adalah jenis huruf *serif* dianggap lebih familiar bagi kebanyakan para pembaca, karena huruf *serif* adalah *typeface* yang pertama kali dibuat, sehingga orang lebih mengenal jenis huruf *serif* ([alexpoole.info](http://alexpoole.info)). Pemakaian huruf latin *serif* sangatlah membantu dalam penggunaan *headline* utama pada sampul Majalah Vivi ini. Kedua jenis huruf ini (huruf Jepang dan huruf latin *serif*) menggunakan berat *bold* yang ketebalannya mempunyai potensi yang kuat untuk menarik perhatian.

#### V.1.1.1.1.3 *Headline* Majalah Vivi Bulan Oktober 2015



1. “Bosan dengan gaya simpel?”

2. “Padukan baju-baju di lemari dengan gaya ala bohemian, dan taraaaa! fresh look!”
3. “Neo Bohemian autumn is coming!”

**Gambar V.4** *Headline* Majalah Vivi bulan Oktober 2015 yang sudah diterjemahkan  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Terjemahan diatas, *headline* Majalah Vivi bulan Oktober membahas atau memberitahukan konten penting mengenai mode musim gugur. *Headline* yang paling menonjol adalah pada bagian ketiga. Sama seperti sampul Majalah Vivi bulan September, *headline* ini menggunakan dua jenis huruf (huruf latin dan huruf Jepang) namun tidak digabung menjadi satu kalimat. Berat yang digunakan pada huruf Jepang adalah jenis *bold*, sedangkan pada huruf latin menggunakan jenis dekoratif *sans serif* yang digolongkan sebagai *display type* (teks menarik perhatian) (Rustan, 2011, h. 50 dan 53). Sama seperti pada teori sebelumnya bahwa berat *bold* memiliki ketebalan yang berpotensi kuat untuk menarik perhatian (Sihombing, 2015, h. 136), sedangkan dekoratif memberi kesan keindahan pada teks dan untuk menarik perhatian pembaca (Rustan, 2011, h. 50). Dalam *headline* sampul ini, Majalah Vivi ingin menekankan pembahasan mengenai mode Bohemian yang akan menjadi *trend* di bulan Oktober, sehingga memakai huruf *sans serif* sebagai sasaran mata pembaca dan juga tidak digabungkan pada kalimat yang menggunakan huruf Jepang melainkan sedikit menindih atau menempel pada huruf Jepang. Selain itu tulisan ini menggunakan jenis huruf latin yang mudah dibaca bagi para pembaca di wilayah Jakarta.

#### V.1.1.1.1.4 *Headline* Majalah Vivi Bulan November 2015



1. “It is a full coverage for a stylish person!”
2. “*Winter, catch on things 420!*”

**Gambar V.5** *Headline* Majalah Vivi bulan November 2015 yang sudah diterjemahkan  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Terjemahan diatas, *headline* Majalah Vivi bulan November membahas atau memberitahukan konten penting mengenai mode musim salju, namun untuk edisi ini penjelasan *headline* menggunakan bahasa Inggris yang di artikan dalam huruf Jepang. *Headline* yang paling menonjol adalah pada bagian kedua, headline ini menggunakan huruf Jepang dan angka. Jenis berat pada huruf dan angka adalah *bold*, pada angka ‘2’ ujung *stroke* (terminal) mempunyai bentuk bola dan bagian bawah mempunyai jenis *serif* membulat, sedangkan angka ‘4’ menggunakan jenis *serif* membulat pada setiap ujungnya (Rustan, 2011, h. 30-31).



**Gambar V.6** *Stroke* angka ‘2’ berbentuk bola dan bagian bawah angka ‘2’ mempunyai *serif* membulat, sedangkan angka ‘4’ menggunakan *serif* membulat  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Alex Poole (2012) menjabarkan argumentasinya mengenai *legibility serif*, salah satunya adalah jenis huruf *serif* dianggap lebih familiar bagi kebanyakan para pembaca, karena huruf *serif* adalah *typeface* yang pertama kali dibuat, sehingga orang lebih mengenal jenis huruf *serif* (*alexpoole.info*). Pemakaian angka *serif* sangatlah membantu dalam penggunaan *headline* utama pada sampul Majalah Vivi ini, agar pembaca lebih terfokus pada *headline*. Kedua jenis huruf ini (huruf Jepang dan angka) menggunakan berat *bold* yang ketebalannya mempunyai potensi yang kuat untuk menarik perhatian (Sihombing, 2015, h. 136), ditambah pula dengan *stroke* bola pada angka yang memberikan kesan eksklusif (Rustan, 2011, h. 24).

#### V.1.1.1.1.5 *Headline* Majalah Vivi Bulan Desember 2015



1 dan 2. “Perbedaan *Best Coat* dan *Hit Knit* dalam stylish dengan 1 pakaian”

**Gambar V.7** *Headline* Majalah Vivi bulan Desember 2015 yang sudah diterjemahkan  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Dari terjemahan diatas, *headline* Majalah Vivi bulan Desember membahas atau memberitahukan konten penting mengenai mode musim salju. *Headline* yang paling menonjol adalah pada bagian kedua, karena penggunaan dua jenis huruf yaitu

huruf Jepang dan huruf latin. Berat yang digunakan adalah jenis *bold*, sama seperti pada teori sebelumnya bahwa berat *bold* memiliki ketebalan yang berpotensi kuat untuk menarik perhatian (Sihombing, 2015, h. 136). Rustan (2014) mengatakan pemilihan jenis huruf haruslah menarik perhatian, karena *headline* dalam segi estetisnya sangat diprioritaskan (h.28). Alex Poole (2012) menjabarkan argumentasinya mengenai *legibility sans serif*, salah satunya adalah huruf *sans serif* dianggap lebih modern (*alexpoole.info*).



**Gambar V.8** Jenis *sans serif* yang dibulatkan berwarna merah  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Melalui teori-teori diatas dapat disimpulkan bahwa headline Majalah Vivi edisi Desember ingin memberikan kesan modern dari edisi-edisi sebelumnya, karena majalah ini adalah edisi akhir tahun dan terdapat bonus konten pada *cover lines*. Kedua jenis huruf ini (huruf Jepang dan huruf latin *sans serif*) menggunakan berat *bold* yang ketebalannya mempunyai potensi yang kuat untuk menarik perhatian.



### V.1.1.1.1.6 *Headline* Majalah Vivi Bulan Januari 2016



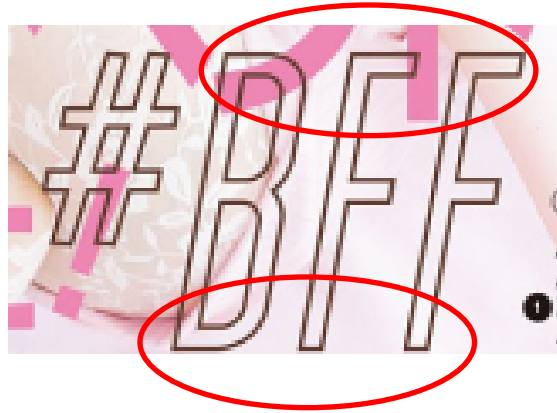
1. “yuk kumpul cantik!!”

2. “*Lovely event selama musim dingin sudah datang! #BFF*”

**Gambar V.9** *Headline* Majalah Vivi bulan Januari 2016 yang sudah diterjemahkan

(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Dari terjemahan diatas, *headline* Majalah Vivi bulan Januari 2016 pembahasannya berbeda dari edisi-edisi di tahun 2015. *Headline* bulan ini ingin membahas acara-acara musim dingin yang dapat dikunjungi bersama sahabat. *Headline* yang paling menonjol adalah pada bagian kedua, terutama pada teks “#BFF” dan objek berbentuk hati. Kedua elemen tersebut memberikan kesan mendukung pada konten yang akan disampaikan agar lebih ‘menggigit’. Oleh sebab itu terdapat permainan pada tipografi yang menumpuk (Rustan, 2014, h.30). Selain itu penggunaan dua jenis huruf yaitu huruf Jepang dan huruf latin. Berat yang digunakan adalah jenis *bold* pada huruf Jepang, sedangkan untuk huruf latin dibuat berbeda dengan hanya menggunakan *outline* yang mempunyai berat *bold italic*. Sama seperti pada teori sebelumnya bahwa berat *bold* memiliki ketebalan yang berpotensi kuat untuk menarik perhatian (Sihombing, 2015, h. 136). Rustan (2014) mengatakan pemilihan jenis huruf haruslah menarik perhatian, karena *headline* dalam segi estetisnya sangat diprioritaskan (h.28).



**Gambar V.10** Jenis *sans serif* yang dibulatkan berwarna merah  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Alex Poole (2012) menjabarkan argumentasinya mengenai *legibility sans serif*, salah satunya adalah huruf *sans serif* dianggap lebih modern ([alexpoole.info](http://alexpoole.info)).

Melalui analisa diatas, *headline* Majalah Vivi dalam setiap edisi ingin menarik perhatian para konsumen. Hal ini terlihat pada penggunaan dua jenis huruf yaitu huruf Jepang dan latin. Berat huruf *bold* yang berpotensi kuat untuk menarik perhatian (Sihombing, 2015, h. 136). Ukuran *headline* yang lebih besar bertujuan untuk menarik pembaca (Wyatt, 2016, [www.tameri.com](http://www.tameri.com)). Legibiliti jenis huruf *sans serif* dan *serif* (Poole, 2012, [alexpoole.info](http://alexpoole.info)), terakhir adalah permainan tipografi dan pemilihan font (Rustan, 2014, h. 28).

#### **V.1.1.1.2 Nameplate dan Logo**

Logo pada Majalah Vivi sering tertutup dengan foto dan *cover lines* sehingga tidak terlihat secara penuh. Selain itu juga warna logo selalu berubah – ubah. Penggabungan logo dengan nama publikasi disebut juga sebagai pembuatan *nameplate* (Wyatt, [www.tameri.com](http://www.tameri.com), p. 4).

Rustan (2014) mengatakan bahwa *nameplate* majalah biasanya dibuat dalam ukuran yang besar dan diletakkan pada bagian atas halaman sampul (h.

50). Majalah Vivi pada edisi bulan Agustus 2015 sampai Desember 2015 dan edisi Januari 2016 mempunyai ukuran *nameplate* yang cukup besar disudut atas sebelah kiri halaman sampul majalah. Bahkan ukurannya tetap sama dari edisi ke edisi. Berdasarkan teori Rothstein (2007) *nameplate* pada sampul majalah harus mengidentifikasi identitas majalah saat diletakkan pada rak penjualan majalah agar calon pembeli dapat tertarik atau melihat majalah tersebut ([www.designingmagazines.com](http://www.designingmagazines.com)).



**Gambar V.11** *Nampelate* Majalah Vivi bulan Agustus 2015 (kotak merah)  
(Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)).



Gambar V.12 Nampelate Majalah Vivi bulan September 2015 (kotak merah)  
 (Sumber : www.google.com).



Gambar V.13 Nampelate Majalah Vivi bulan Oktober 2015 (kotak merah)  
 (Sumber : www.google.com).



Gambar V.14 Nampelate Majalah Vivi bulan November 2015 (kotak merah)

(Sumber : www.google.com).



Gambar V.15 Nampelate Majalah Vivi bulan Desember 2015 (kotak merah)

(Sumber : www.google.com).



Gambar V.16 Nampelate Majalah Vivi bulan Januari 2016 (kotak merah)

(Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)).

Penulis melakukan observasi di toko buku Kinokuniya Jakarta untuk melihat apakah Majalah Vivi terlihat jelas diantara beberapa kompetitor lainnya. Berikut adalah foto-foto hasil observasi :



**Gambar V.17** *Display* Majalah Vivi di toko buku Kinokuniya Mall Grand Indonesia Jakarta.  
(Sumber : dokumen pribadi)



**Gambar V.18** *Display* Majalah Vivi di toko buku Kinokuniya Plaza Senayan Jakarta.  
(Sumber : dokumen pribadi)



**Gambar V.19** *Display* Majalah Vivi di toko buku Kinokuniya Mall Pondok Indah Jakarta.  
(Sumber : dokumen pribadi)

Terlihat dari foto yang diambil saat observasi, walaupun beberapa toko buku tidak meletakkan Majalah Vivi di rak. Identitas nameplate Majalah Vivi masih terlihat diantara para kompetitornya.

Caldwell dan Zappaterra (2014 : 70) mengatakan sebuah logo adalah kartu nama dari publikasi dan harus terlihat dengan jelas. Penerbit biasanya tidak suka apabila logo publikasi terhalang oleh foto atau ilustrasi, namun banyak sampul majalah yang judulnya tertutup atau setengah tertutup dan tetap terjual dengan baik. Logo yang terlihat keseluruhan akan melemah, sebaliknya jika logo tertutup maka akan memperkuat konsep. Pada Majalah Vivi logo pada edisi bulan Agustus, Oktober, November 2015 dan Januari 2016 sedikit tertutup oleh cover model di bagian huruf 'I', selain itu ke enam edisi mempunyai logo yang tertutup *cover lines*. Namun penjualan majalah ini tidak terganggu di Jakarta. Bahkan menjadi penjualan terbaik dikalangan wanita muda Jakarta yang sudah mengetahui Majalah Vivi.

Logo Majalah Vivi dalam setiap edisinya selalu menggunakan warna yang berbeda-beda sesuai dengan tema majalah pada setiap bulannya. Namun outline pada logo Majalah Vivi tidak pernah berubah dan selalu berwarna putih. Hal tersebut menjadi identitas pada logo Majalah Vivi. Memainkan logo akan menarik minat beli karena tidak terkesan monoton (Caldwell dan Zappaterra, 2014 : 70). Jenis logo pada majalah Vivi adalah logotype, karena logo Majalah Vivi menggunakan jenis huruf tertentu sans serif. Penggunaan logotype pada Majalah Vivi menjadi identitas khusus yang membedakan dengan kompetitor majalah lainnya (Rustan, 2013 : 13).





Gambar V.20 Logo Majalah Vivi (Sumber gambar : dokumen pribadi).

### V.1.1.2 Elemen Visual

Majalah Vivi setiap bulannya mempunyai tema visual yang berbeda-beda. Sehingga majalah tersebut tidak mempunyai identitas yang tetap atau ciri khas visual tertentu.

#### V.1.1.2.1 Sampul Vivi bulan Agustus 2015

Cover model pada sampul Majalah Vivi menggunakan peragawati dan artis. Pada edisi ini, *cover model* yang digunakan bernama Reina Triendl. Ia merupakan peragawati *in-house* dan juga berprofesi sebagai pemain film.



**Gambar V.21** Pantone warna *cover model* Reina (Sumber gambar : dokumen pribadi).

Tema foto pada Reina memberikan kesan lembut, *muted* dan juga warna khayalan. Percampuran psikologi warna lembut dan *muted* dapat dilihat dari pantone warna rias wajah Reina, sedangkan khayalan dapat dilihat dari latar belakang dan warna baju Reina. Eiseman (2000) menjelaskan dalam kombinasi psikologi warna lembut diartikan sebagai kepedulian dan kebaikan. Psikologi warna *muted* hampir sama dengan warna lembut, akan tetapi kombinasi warna *muted* memiliki warna yang hangat dan nuansa yang sejuk dan sedikit gelap. Kombinasi warna ketiga adalah psikologi warna khayalan yang terdapat pada latar belakang *cover model* dan juga baju yang dikenakan *cover model*. Warna khayalan diartikan sebagai warna yang menggoda seperti permen, warna ini tidak sedahsyat warna terang yang lain, namun sejumlah besar kombinasi ini masih mempunyai perhatian lebih dan menampilkan kepribadian lebih lembut (h. 71-72 dan 101).

Warna yang paling menonjol adalah warna biru, oranye, merah muda, dan coklat. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa pemilihan warna sangatlah penting. Warna biru mempunyai makna kedamaian yang membuat tubuh menjadi tenang. Warna oranye mempunyai makna menarik, semangat, dan kebahagiaan. Warna merah muda mempunyai makna energik, muda dan liar. Terakhir coklat mempunyai makna alam (h.72). Dalam teori warna, Rustan (2013) mempunyai pemaknaan warna yang sedikit berbeda dari teori Caldwell dan Zappaterra. Warna merah muda mengartikan musim semi, rasa syukur, penghargaan, dan feminim. Warna biru mengartikan sebagai laut, manusia, produktif, dan langit. Warna oranye diartikan sebagai kebahagiaan, flamboyan, agresi, dan menonjol. Warna coklat diartikan sebagai ketenangan, berani, kedalaman, makhluk, dan kesuburan (h. 72-73).

Dilihat dari teori, *cover model* pada edisi bulan Agustus ingin memberikan kesan lembut, hangat, dan warna yang menarik perhatian mata,

namun juga memberi kedamaian, enerjik, liar, dan juga berani. Hal ini berkaitan dengan tema yang diusung, yaitu mode pakaian musim panas.

### V.1.1.2.2 Sampul Vivi bulan September 2015

Pada edisi ini, *cover model* yang digunakan bernama Natsuki Margaret Gibb biasa disapa dengan Maggy. Ia merupakan peragawati *in-house* Majalah Vivi.



Gambar V.22 Pantone warna *cover model* Natsuki Margaret Gibb

(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Tema foto pada Maggy memberikan kesan tidak terduga (*capricious*) dan sejuk. Psikologi warna yang memberikan kesan tidak terduga dapat dilihat dari *pantone* warna rias wajah Reina, sedangkan sejuk dapat dilihat dari latar belakang *cover model* dan warna celana yang dipakai oleh model. Eiseman (2000) menjelaskan dalam kombinasi psikologi warna tidak terduga diartikan sebagai kesan membangkitkan seperti kejutan, akan tetapi tidak secara

terang-terangan. Psikologi warna sejuk diartikan bersih dan jernih (h. 74-75 dan 102-103).

Warna yang paling menonjol adalah warna hitam, coklat, merah, dan putih. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa pemilihan warna sangatlah penting. Warna hitam mempunyai makna seksi, kuat, kaya, dan mengkilat. Warna mempunyai makna alam. Warna merah mempunyai makna menarik perhatian dan kuat. Warna putih mempunyai makna inosen, bersih, suci, dan kekayaan (h.72). Dalam teori warna, Rustan (2013) mempunyai pemaknaan warna yang sedikit berbeda dari teori Caldwell dan Zappaterra. Warna hitam mempunyai makna klasik, baru, pemberontakan, dan misteri. Warna coklat diartikan sebagai ketenangan, berani, kedalaman, makhluk, dan kesuburan . Warna merah mempunyai makna kekayaan, suci, tulus, dan gairah. Warna putih mempunyai makna rendah, suci, netral, dan muda (h. 72-73).

Dilihat dari teori, *cover model* pada edisi bulan September ingin memberikan kesan inosen, suci, pemberontakan, dan mengejutkan dan sejuk. *Cover model* pada sampul ini tidak mengenakan busana sehingga memberi kesan mengejutkan. Sama pada edisi sebelumnya, hal ini berkaitan dengan tema yang diusung yaitu musim panas.

#### **V.1.1.2.3 Sampul Vivi bulan Oktober 2015**

Pada edisi ini, cover model yang digunakan bernama Kiko Mizuhara. Ia adalah seorang model *in-house* dan juga pemain film



**Gambar V.23** Pantone warna cover model Kiko Mizuhara (Sumber gambar : dokumen pribadi).

Tema foto pada Kiko memberikan kesan manis dan enak (*luscious and sweet*) dan warna khayalan. Psikologi warna yang memberikan kesan *luscious and sweet* dapat dilihat dari *pantone* warna rias wajah Kiko, sedangkan khayalan dapat dilihat dari warna pakaian yang dipakai oleh model. Eiseman (2000) menjelaskan dalam kombinasi psikologi warna *luscious and sweet* mempunyai kesan manis seperti makanan dan minuman manis sedangkan psikologi warna khayalan memberikan kesan kombinasi warna yang mempunyai perhatian lebih dan menampilkan kepribadian lebih lembut. Jika terdapat warna kontras, warna netral atau warna krim tidak akan menutup perhatian dari semangat warna ini. (h. 100-101 dan 106-107). Pada edisi ini, latar belakang *cover model* beda dari edisi-edisi sebelumnya. Latar belakang mempunyai warna putih, hitam dan coklat. Dalam kombinasi psikologi warna, warna ini mempunyai kesan klasik. Warna ini termasuk dalam warna netral, sederhana, dan antik (h. 96-97).

Warna yang paling menonjol adalah warna merah muda, biru, hitam, coklat, hitam, dan putih. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa pemilihan warna sangatlah penting. Warna oranye mempunyai makna menarik, semangat, dan kebahagiaan. Warna merah muda mempunyai makna energik, muda dan liar. Warna biru mempunyai makna kedamaian yang membuat tubuh menjadi tenang. Warna hitam mempunyai makna seksi, kuat, kaya, dan mengkilat. Warna mempunyai makna alam. Warna putih mempunyai makna inosen, bersih, suci, dan kekayaan (h.72). Dalam teori warna, Rustan (2013) mempunyai pemaknaan warna yang sedikit berbeda dari teori Caldwell dan Zappaterra. Warna hitam mempunyai makna klasik, baru, pemberontakan, dan misteri. Warna coklat diartikan sebagai ketenangan, berani, kedalaman, makhluk, dan kesuburan. Warna merah muda mengartikan musim semi, rasa syukur, penghargaan, dan feminim. Warna putih mempunyai makna rendah, suci, netral, dan muda (h. 72-73).

➤ Dilihat dari teori, *cover model* pada edisi bulan Oktober ingin memberikan kesan manis, klasik, mencolok, dan netral. Kesan manis tidak hanya terdapat pada warna tata rias Kiko, ia memegang sendok yang terdapat biskuit. Selain itu warna pakaian Kiko terlihat lebih mencolok daripada warna yang dihasilkan oleh latar belakang dan juga warna tata rias wajah. Latar belakang pada edisi ini memakai ruangan yang terdapat perapian dibelakang *cover model*. Pada bulan Oktober, Jepang sudah memasuki musim gugur yang mempunyai cuaca yang dingin. Sampul majalah ini ingin memberikan tema musim gugur, dapat dilihat dari perapian dan jenis pakaian yang dipakai oleh Kiko.

#### **V.1.1.2.4 Sampul Vivi bulan November 2015**

Pada edisi ini, cover model yang digunakan bernama Rola. Ia adalah seorang model *in-house* Majalah Vivi.



**Gambar V.24** Pantone warna cover model Rola (Sumber gambar : dokumen pribadi).

Tema foto pada Rola memberikan kesan manis dan enak (*luscious and sweet*) dan warna sejuk. Psikologi warna yang memberikan kesan *luscious and sweet* dapat dilihat dari *pantone* warna rias wajah dan warna rambut Rola, sedangkan warna sejuk dapat dilihat dari warna pakaian yang dipakai oleh model dan warna latar belakang. Eiseman (2000) menjelaskan dalam kombinasi psikologi warna *luscious and sweet* mempunyai kesan manis seperti makanan dan minuman manis sedangkan psikologi warna sejuk memberikan kesan bersih dan jernih (h. 106-107 dan 102-103).

Warna yang paling menonjol adalah warna merah muda, biru, coklat. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa pemilihan warna sangatlah penting. tenang. Warna merah muda mempunyai makna energik,

muda dan liar. Warna biru mempunyai makna kedamaian yang membuat tubuh menjadi tenang. Warna coklat mempunyai makna alam. (h.72). Dalam teori warna, Rustan (2013) mempunyai pemaknaan warna yang sedikit berbeda dari teori Caldwell dan Zappaterra. Warna hitam mempunyai makna klasik, baru, pemberontakan, dan misteri. Warna coklat diartikan sebagai ketenangan, berani, kedalaman, makhluk, dan kesuburan. Warna merah muda mengartikan musim semi, rasa syukur, penghargaan, dan feminim. Warna putih mempunyai makna rendah, suci, netral, dan muda (h. 72-73).

Dilihat dari teori, *cover model* pada edisi bulan November ingin memberikan kesan manis dan sejuk. Kesan manis tidak hanya terdapat pada warna tata rias Rola, jika dilihat secara keseluruhan *cover model* mempunyai tone warna *luscious and sweet*. Sangat berbeda dengan edisi-edisi sebelumnya yang mempunyai warna terang dan mencolok. Agar tidak terlihat monoton Rola memakai pakaian berwarna biru *jeans* dan mempunyai latar belakang berwarna biru muda. Pada bulan November Jepang sudah memasuki musim salju. Sampul majalah ini ingin memberikan tema dingin, dapat dilihat dari tone lembut yang dihasilkan dari kombinasi warna *luscious and sweet*.

#### **V.1.1.2.5 Sampul Vivi bulan Desember 2015**

Pada edisi ini, *cover model* yang digunakan bernama Komatsu Nana dan Emma Nana, mereka adalah seorang artis dan juga model Jepang.





**Gambar V.25** Pantone warna cover model Komatsu Nana dan Emma Nana  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Sama seperti pada edisi-edisi sebelumnya tema foto pada Komatsu dan Emma memberikan kesan manis dan enak (*luscious and sweet*) dan warna putih. Psikologi warna yang memberikan kesan *luscious and sweet* dapat dilihat dari *pantone* warna rias wajah dan warna rambut Komatsu dan Emma, sedangkan warna putih dapat dilihat dari warna pakaian yang dipakai oleh model dan warna latar belakang. Eiseman (2000) menjelaskan dalam kombinasi psikologi warna *luscious and sweet* mempunyai kesan manis seperti makanan dan minuman yang manis sedangkan psikologi warna latar belakang mempunyai warna putih. Dalam psikologi warna, warna putih mempunyai makna kejernihan dan kebersihan (h. 55 dan 106-107).

Warna yang paling menonjol adalah warna hitam, coklat, merah, dan putih. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa pemilihan warna sangatlah penting. Warna hitam mempunyai makna seksi, kuat, kaya, dan mengkilat. Warna mempunyai makna alam. Warna merah mempunyai makna menarik perhatian dan kuat. Warna putih mempunyai makna inosen,

bersih, suci, dan kekayaan (h.72). Dalam teori warna, Rustan (2013) mempunyai pemaknaan warna yang sedikit berbeda dari teori Caldwell dan Zappaterra. Warna hitam mempunyai makna klasik, baru, pemberontakan, dan misteri. Warna coklat diartikan sebagai ketenangan, berani, kedalaman, makhluk, dan kesuburan . Warna merah mempunyai makna kekayaan, suci, tulus, dan gairah. Warna putih mempunyai makna rendah, suci, netral, dan muda (h. 72-73).

Dilihat dari teori, *cover model* pada edisi bulan Desember ingin memberikan kesan manis dan jernih. Pada kombinasi warna *luscious and sweet*, terdapat warna merah. Warna merah mempunyai kesan seksi dan dinamis (h. 19). Warna merah yang dinamis memberikan penekanan pada warna putih dan kombinasi warna *luscious and sweet*. Bulan Desember Jepang sudah masih memasuki musim salju dan juga terdapat hari raya natal. Sampul majalah ini ingin memberikan tema musim salju dan natal, dapat dilihat dari warna putih pada pakaian *cover model* dan juga latar belakang yang menggambarkan makna salju yang putih jernih. Makna natal terlihat dari pewarna bibir *cover model* yang berwarna merah.

#### **V.1.1.2.6 Sampul Vivi bulan Januari 2016**

Pada edisi ini, Majalah Vivi kembali menggunakan *cover model* Reina Triendl, ia adalah seorang artis dan juga model *in-house* Majalah Vivi.



Gambar V.26 Pantone warna cover model Reina Triendl (Sumber gambar : dokumen pribadi).

Sama seperti pada edisi-edisi sebelumnya tema foto pada Reina memberikan kesan manis dan enak (*luscious and sweet*). Psikologi warna yang memberikan kesan *luscious and sweet* dapat dilihat keseluruhan *cover model*, mulai dari warna rias wajah, pakaian dan juga latar belakang.. Eiseman (2000) menjelaskan dalam kombinasi psikologi warna *luscious and sweet* mempunyai kesan manis seperti makanan dan minuman yang manis (h. 106-107).

Warna yang paling menonjol adalah warna merah muda, hitam, putih. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa pemilihan warna sangatlah penting. Warna merah muda mempunyai makna enerjik, muda dan liar. Warna hitam mempunyai makna klasik, baru, pemberontakan, dan misteri makna alam. Warna merah mempunyai makna menarik perhatian dan kuat. Warna putih mempunyai makna inosen, bersih, suci, dan kekayaan (h.72). Dalam teori warna, Rustan (2013) mempunyai pemaknaan warna yang sedikit berbeda dari teori Caldwell dan Zappaterra. Warna hitam

mempunyai makna klasik, baru, pemberontakan, dan misteri. Warna merah muda mengartikan musim semi, rasa syukur, penghargaan, dan feminim. Warna putih mempunyai makna rendah, suci, netral, dan muda (h. 72-73).

Dilihat dari teori, *cover model* pada edisi bulan Januari ingin memberikan kesan manis di awal tahun baru, selain itu pemakaian kombinasi warna *luscious and sweet* ini disamakan dengan konten pembahasan pada majalah. Pada edisi ini Vivi akan membahas tentang berkumpul bersama teman wanita dan jadwal-jadwal acara yang dapat dikunjungi bersama teman atau sahabat wanita. *Luscious and sweet* pada edisi Januari ini, mempunyai banyak *pantone* merah muda. Eisemen (2000) menjelaskan pemakaian warna merah muda sebagai warna yang mempunyai enerjik yang tinggi, terlihat muda, dan menyenangkan. Makna ini terlihat jelas pada wanita muda yang menjadi sasaran pembaca Majalah Vivi.

Dari penelitian diatas dengan menggunakan teori psikologi warna Eisaman (2000), Rustan (2013), dan Caldwell dan Zappaterra (2014), elemen visual yang digunakan Majalah Vivi dari keenam edisi masih menggunakan warna-warna yang disesuaikan dengan target konsumen wanita muda.

### **V.1.2. Prinsip Tataletak**

Majalah Vivi memiliki tataletak yang rumit, karena terdapat banyak *cover lines* dengan bentuk huruf yang berbeda yaitu huruf latin dan huruf Jepang. Selain itu huruf-huruf tersebut mempunyai berat dan ukuran yang berbeda-beda. Hal ini menyebabkan Majalah Vivi mempunyai kesan yang ramai dan tidak nyaman bagi mata konsumen.

#### **V.1.2.1. Sequence (Urutan)**

Majalah Vivi mempunyai tataletak yang rumit karena dipenuhi oleh *cover lines* yang mempunyai huruf Jepang dan latin. Selain itu terdapat banyak penekanan pada sampul Majalah Vivi. Rustan (2014) dalam bukunya menjelaskan bahwa berdasarkan penelitian sekolah jurnalisme Amerika

Poynter Institute, 75% orang akan membaca dari urutan atas ke bawah (*methodical*) dan 25% sisanya akan membaca secara acak (*scanning readers*) (h. 77).

### V.1.2.1.1 Sequence Majalah Vivi bulan Agustus 2015



Gambar V.27 Urutan baca Majalah Vivi bulan Agustus 2015  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Ilustrasi *sequence* Majalah Vivi bulan Agustus 2015, dibuat sesuai dengan arah gerak mata dengan urutan baca dari kiri ke kanan, lalu ke bawah dan ke atas. Adapun hal-hal lain seperti pemberian *emphasis* atau penekanan pada suatu objek elemen desain (Rustan, 2014, h. 76).

*Sequence* juga membuat pergerakan visual dalam desain, dihasilkan dari pemakaian bentuk, ukuran atau warna (Frank, 2005, [www.gardenstew.com](http://www.gardenstew.com)). Terlihat pada objek yang terletak pada nomor satu, bagian atas kiri adalah *nameplate* pada majalah yang tertimpa oleh cover lines. Selanjutnya berlanjut

pada nomor dua bagian atas kanan yang dibaca ke bawah, yaitu yang biasa disebut *puff* berisikan fitur khusus dalam majalah. Dengan menggunakan jenis berat huruf latin dan angka *bold*, menjadi perhatian karena adanya tekanan yang kuat pada huruf *bold* (Sihombing, 2015, h. 136). Puff juga diberikan bentuk berupa objek setengah lingkaran dan mempunyai warna yang sama dengan *nameplate*. Setelah itu arah mata akan tertuju pada *third image* (*second image* berada di bagian ujung *puff*). *Third image* menjadi alasan kedua adanya penekanan berupa gambar, dan juga *cover lines* yang memiliki berat huruf Jepang dan latin regular berwarna putih. Warna putih juga menjadi suatu warna penekanan karena latar belakang sampul berwarna oranye. Selain itu *third image* juga terletak berdekatan dengan *puff*. Penekanan ketiga terletak pada headline sampul majalah dan *cover lines* pada bagian bawah headline. Huruf pada *headline* mempunyai berat *bold* dan ukuran huruf juga diperbesar. Jika terdapat orang dengan jenis *scanning readers*, orang tersebut akan melihat langsung pada headline. Alasannya karena headline mempunyai kalimat yang cukup panjang dibandingkan dengan *nameplate*, dan juga ukuran huruf headline mempunyai ukuran yang hampir sama seperti *nameplate*. Terakhir adalah kotak nomor empat, karena pada bagian tersebut hanya terletak *cover lines* dengan huruf *bold* (tidak ada gambar dan ukuran huruf tidak berukuran besar).

### V.1.2.1.2 Sequence Majalah Vivi bulan September 2015



Gambar V.28 Urutan baca Majalah Vivi bulan September 2015  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Pada edisi bulan September, analisa *sequence* hampir sama dengan edisi bulang Agustus. Ilustrasi *sequence* Majalah Vivi bulan September 2015, dibuat sesuai dengan arah gerak mata dengan urutan baca dari kiri ke kanan, lalu ke bawah dan keatas. Adapun hal-hal lain seperti pemberian *emphasis* atau penekanan pada suatu objek elemen desain (Rustan, 2014, h. 76).

*Sequence* juga membuat pergerakan visual dalam desain, *sequence* dihasilkan dari pemakaian bentuk, ukuran atau warna (Frank, 2005, [www.gardenstew.com](http://www.gardenstew.com)). Terlihat pada objek yang terlihat jelas terletak pada nomor satu, bagian atas kiri adalah nameplate pada majalah yang tertimpa oleh *cover lines*. Selanjutnya berlanjut pada nomor dua bagian atas kanan yang dibaca ke bawah, yaitu yang biasa disebut *puff* berisikan fitur

khusus dalam majalah dan juga terdapat *second* dan *third image*. Dengan menggunakan jenis berat huruf latin *bold sans serif*, menjadi perhatian karena adanya tekanan yang kuat pada huruf *bold* (Sihombing, 2015, h. 136). *Puff* juga diberikan bentuk berupa objek lingkaran dan mempunyai warna yang sama dengan *nameplate*. Setelah itu arah mata akan tertuju pada *cover lines* yang tidak jauh dari *puff*. *Cover lines* juga memiliki berat huruf Jepang *bold* dan *font* dekoratif, pada ujung sebelah kiri atas huruf jepang diletakkan juga objek *puff* kecil untuk mempromosikan konten majalah. Penekanan ketiga terletak pada *headline* sampul majalah dan *cover lines* pada bagian bawah headline. Huruf pada headline mempunyai berat *bold* dan ukuran huruf yang diperbesar. *Headline* tersebut memiliki dua jenis huruf, yaitu huruf Jepang dan huruf latin *serif*. Jika terdapat orang dengan jenis *scanning readers*, orang tersebut akan melihat langsung pada headline. Alasannya karena *headline* mempunyai kalimat yang cukup panjang dibandingkan dengan *nameplate*, dan juga ukuran huruf *headline* mempunyai ukuran yang hampir sama seperti *nameplate*. Warna pada *headline* juga terlihat menonjol dari *cover model*. Terakhir adalah kotak nomor empat, karena pada bagian tersebut hanya terletak *cover lines* dengan huruf *bold* (tidak ada gambar).



### V.1.2.1.3 Sequence Majalah Vivi bulan Oktober 2015



Gambar V.29 Urutan baca Majalah Vivi bulan Oktober 2015  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Ilustrasi *sequence* Majalah Vivi bulan Oktober 2015, dibuat sesuai dengan arah gerak mata dengan urutan baca dari kiri ke kanan, lalu ke bawah dan keatas. Adapun hal-hal lain seperti pemberian *emphasis* atau penekanan pada suatu objek elemen desain (Rustan, 2014, h. 76).

*Sequence* juga membuat pergerakan visual dalam desain, *sequence* dihasilkan dari pemakaian bentuk, ukuran atau warna (Frank, 2005, [www.gardenstew.com](http://www.gardenstew.com)). Terlihat pada objek yang terletak pada nomor satu, bagian atas kiri adalah *nameplate* pada majalah yang tertimpa oleh *cover lines*. Selanjutnya berlanjut pada nomor dua bagian atas kanan yang dibaca ke bawah, yaitu yang biasa disebut *puff* berisikan fitur khusus dalam majalah. Dengan menggunakan jenis berat huruf Jepang

*bold*, menjadi perhatian karena adanya tekanan yang kuat pada huruf *bold* (Sihombing, 2015, h. 136). *Puff* juga diberikan bentuk berupa objek setengah lingkaran dan mempunyai warna yang sama dengan *nameplate*. Setelah itu arah mata akan tertuju pada *third image* yang berada tepat dibawah *puff* (*second image* berada di bagian ujung *puff*). *Third image* menjadi alasan kedua adanya penekanan berupa gambar, dan juga *cover lines* yang memiliki berat huruf latin regular berwarna putih. Warna putih juga menjadi suatu warna penekanan karena latar belakang sampul mempunyai bagian berwarna gelap. Penekanan ketiga terletak pada *cover lines*, alasannya karena *cover lines* ini mempunyai jarak yang cukup dekat di bagian bawah *puff*. Walaupun huruf pada *cover lines* mempunyai berat *thin* dan regular. Selanjutnya penekanan *sequence* ke empat terletak pada *Headline* dan *cover lines* pada bagian bawah *headline*. Huruf pada *headline* memakai dua jenis huruf, yaitu huruf Jepang dan *font* dekoratif latin. Mempunyai berat *bold* dan ukuran huruf yang besar, namun pada *font* dekoratif latin tidak memiliki ukuran sebesar *headline*. Dengan jenis dekoratif latin ini lah yang menjadi penekanan pada *headline*. Jika terdapat orang dengan jenis *scanning readers*, orang tersebut akan melihat langsung pada *headline*. Alasannya karena *headline* mempunyai kalimat yang cukup panjang dibandingkan dengan *nameplate*, dan juga ukuran huruf *headline* mempunyai ukuran yang hampir sama seperti *nameplate*. Kelima adalah *cover lines* yang terdapat di bawah *nameplate*. *Cover lines* tersebut menonjol karena mempunyai jenis huruf Jepang *bold*, selain itu juga terdapat angka yang typeface-nya berbentuk *outline*. Selain itu, *cover lines* tersebut juga mempunyai warna yang sama seperti *nameplate*. Terakhir adalah kotak nomor enam, karena pada bagian tersebut hanya terletak *cover lines* dengan huruf Jepang

reguler dan huruf latin *sans serif thin* (tidak ada gambar dan ukuran huruf tidak berukuran besar).

#### V.1.2.1.4 Sequence Majalah Vivi bulan November 2015



Gambar V.30 Urutan baca Majalah Vivi bulan November 2015  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Selanjutnya ilustrasi *sequence* Majalah Vivi bulan November 2015, dibuat sesuai dengan arah gerak mata dengan urutan baca dari kiri ke kanan, lalu ke bawah dan keatas. Adapun hal-hal lain seperti pemberian *emphasis* atau penekanan pada suatu objek elemen desain (Rustan, 2014, h. 76).

Sequence juga membuat pergerakan visual dalam desain, *sequence* dihasilkan dari pemakaian bentuk, ukuran atau warna (Frank, 2005, [www.gardenstew.com](http://www.gardenstew.com)). Terlihat pada objek yang terletak pada nomor satu, bagian atas kiri adalah nameplate pada majalah yang tertimpa oleh *cover lines*. Selanjutnya berlanjut pada nomor dua bagian atas kanan yang

dibaca ke bawah, yaitu yang biasa disebut *puff* berisikan fitur khusus dalam majalah. *Puff* pada edisi ini langsung mengacu pada gambar tas (*second image*) yang menjadi fitur utama majalah tersebut. Bagian bawah tas barulah di beri *puff* yang berbentuk bulat. Teks pada *puff* menggunakan berat huruf Jepang *bold* dan *thin*. Warna pada objek lingkaran *puff* mempunyai warna yang sama seperti *nameplate*. Selanjutnya terdapat *third image*, dengan jenis berat huruf *bold* pada huruf latin serta *thin* dan reguler pada huruf Jepang. Penekanan ketiga adalah pada *headline*, yang mempunyai jenis huruf Jepang *bold* dan angka *serif* yang mempunyai *stroke* bola dan mempunyai warna *outline* yang sama seperti *nameplate*. Keempat adalah *cover lines* pada bagian bawah *nameplate*. *Cover lines* ini memakai jenis huruf latin *sans serif* dan huruf Jepang dengan berat *bold* dan mempunyai warna *outline* yang sama dengan *nameplate*. Dibawahnya terdapat *cover lines* dengan jenis huruf Jepang reguler. Jika terdapat orang dengan jenis *scanning readers*, orang tersebut akan melihat langsung pada *headline*. Alasannya karena *headline* mempunyai kalimat yang cukup panjang dibandingkan dengan *nameplate*, dan juga ukuran huruf *headline* mempunyai ukuran yang hampir sama seperti *nameplate*.

### V.1.2.1.5 Sequence Majalah Vivi bulan Desember 2015

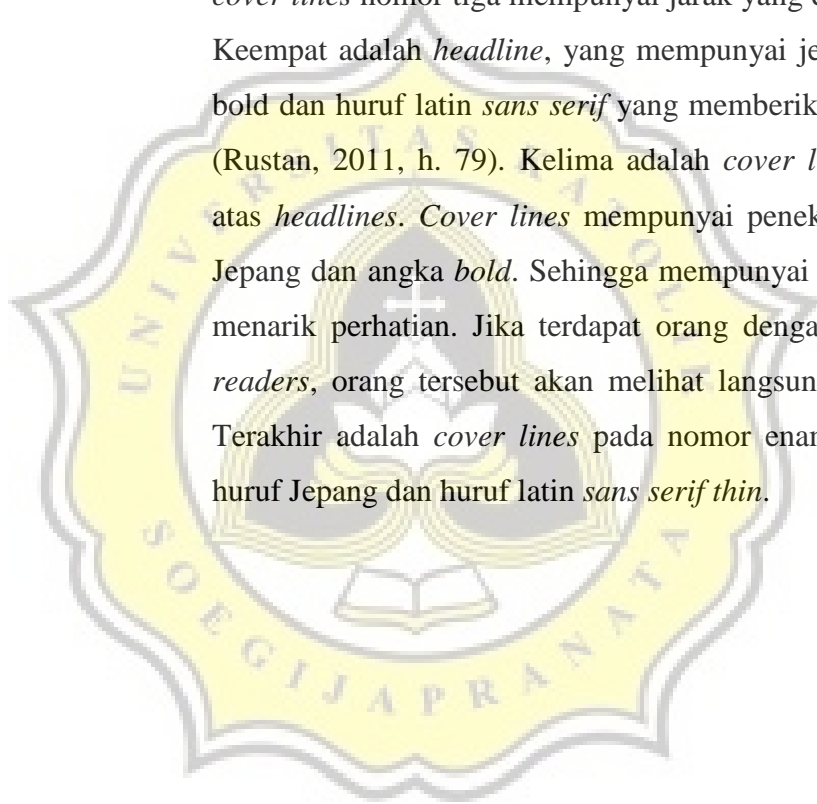


Gambar V.31 Urutan baca Majalah Vivi bulan Desember 2015  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Edisi selanjutnya adalah ilustrasi urutan baca pada Majalah Vivi bulan Desember 2015. Ilustrasi ini dimulai dari sequence kiri ke kanan, lalu ke bawah dan keatas. Sesuai dengan arah gerak mata, adapun hal-hal lain seperti pemberian *emphasis* atau penekanan pada suatu objek elemen desain untuk menarik perhatian (Rustan, 2014, h. 76).

*Sequence* juga membuat pergerakan visual dalam desain, sequence dihasilkan dari pemakaian bentuk, ukuran atau warna (Frank, 2005, [www.gardenstew.com](http://www.gardenstew.com)). Terlihat pada objek yang terlihat jelas pada nomor satu, bagian atas kiri adalah *nameplate* pada majalah yang tertimpa oleh *cover lines*. Selanjutnya berlanjut pada nomor dua bagian atas kanan yang dibaca ke

bawah, yaitu yang biasa disebut *puff* berisikan fitur khusus dalam majalah. *Puff* pada edisi ini diberi objek berbentuk setengah lingkaran berwarna biru. Teks pada *puff* menggunakan berat huruf Jepang reguler dan mempunyai warna yang sama dengan *nameplate*. Pada bagian bawah *puff* terdapat *cover lines* yang memiliki jenis huruf Jepang *thin* dan angka reguler, diselipkan pula *second image*. Penekanan ketiga adalah pada *cover lines* yang terletak dibagian bawah *puff*. Alasannya karena *cover lines* nomor tiga mempunyai jarak yang dekat dengan *puff*. Keempat adalah *headline*, yang mempunyai jenis huruf Jepang *bold* dan huruf latin *sans serif* yang memberikan kesan modern (Rustan, 2011, h. 79). Kelima adalah *cover lines* pada bagian atas *headlines*. *Cover lines* mempunyai penekanan pada huruf Jepang dan angka *bold*. Sehingga mempunyai penekanan untuk menarik perhatian. Jika terdapat orang dengan jenis *scanning readers*, orang tersebut akan melihat langsung pada *headline*. Terakhir adalah *cover lines* pada nomor enam yang memiliki huruf Jepang dan huruf latin *sans serif thin*.



### V.1.2.1.6 Sequence Majalah Vivi bulan Januari 2016



Gambar V.32 Urutan baca Majalah Vivi bulan Januari 2016  
(Sumber gambar : dokumen pribadi).

Dalam Majalah Vivi bulan Januari 2016, ilustrasi *sequence* dibuat sesuai dengan arah gerak mata dengan urutan baca dari kiri ke kanan, lalu ke bawah dan keatas. Adapun hal-hal lain seperti pemberian *emphasis* atau penekanan pada suatu objek elemen desain (Rustan, 2014, h. 76).

*Sequence* juga membuat pergerakan visual dalam desain, *sequence* dihasilkan dari pemakaian bentuk, ukuran atau warna (Frank, 2005, [www.gardenstew.com](http://www.gardenstew.com)). Objek terlihat jelas pada nomor satu, bagian atas kiri adalah *nameplate* pada majalah yang tertimpa oleh *cover lines*. Selanjutnya berlanjut pada nomor dua bagian atas kanan yang dibaca ke bawah, yaitu yang biasa disebut *puff* berisikan fitur khusus dalam majalah

dan juga terdapat *second*. Dengan menggunakan jenis berat huruf *thin*. *Puff* juga diberikan bentuk berupa objek lingkaran dan mempunyai warna yang sama dengan *nameplate*. Setelah itu arah mata akan tertuju pada *cover lines* yang tidak jauh dari *puff*. *Cover lines* pada edisi ini memiliki banyak objek yang diletakkan, sehingga terlihat ramai. Hal ini menjadi penekanan pada *cover lines*. Penekanan ketiga terletak pada *headline* sampul majalah dan *cover lines* pada bagian bawah *headline*. Huruf pada *headline* mempunyai berat *bold* dan ukuran huruf yang diperbesar dan juga terdapat objek hati yang menjadi unsur penekanan. *Headline* tersebut memiliki dua jenis huruf, yaitu huruf Jepang dan huruf latin *sans serif*. Huruf latin *sans serif* diletakkan menumpuk pada *headline*. Jika terdapat orang dengan jenis *scanning readers*, orang tersebut akan melihat langsung pada *headline*. Alasannya karena *headline* mempunyai kalimat yang cukup panjang dibandingkan dengan *nameplate*, dan juga adanya permainan tipografi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan pada *headline* (Rustan, 2014, h. 30). Terakhir adalah kotak nomor empat, karena pada bagian tersebut hanya terletak *cover lines* dengan huruf *bold* (tidak ada gambar).

#### V.1.2.2 *Emphasis* (Penekanan)

*Emphasis* atau penekanan diberikan untuk memberi penekanan sebuah elemen menjadi sebuah pusat perhatian. Majalah *Vivi* mempunyai penekanan pada *headline*-nya. Penekanan ini sudah menjadi identitas tersendiri bagi Majalah *Vivi* dan selama enam bulan hanya mengalami sedikit perubahan. Penekanan mempunyai efek yang kuat untuk menarik seseorang untuk membaca Majalah *Vivi* (Rustan, 2014, h. 78-79). Hal ini juga didukung oleh teori Terssiiska (2016), penekanan adalah apa yang



menangkap mata dan membuat orang berhenti dan membaca (tersiiska.com).

### V.1.2.3 Balance (Keseimbangan)

Keseimbangan menurut Rustan (2014 : 80-82) mempunyai dua jenis yaitu simetris dan asimetris. Majalah Vivi mempunyai keseimbangan asimetris, yaitu tidak merata atau tidak adanya keseimbangan. Hal ini memberikan kesan adanya gerakan, tidak kaku, dan lebih efektif daripada keseimbangan simetris. White (2002) mengatakan asimetris memiliki kesan menarik perhatian dan mempunyai kesan yang dinamis (h. 65). Keseimbangan asimetris sesuai dengan target pembaca wanita muda. Asimetris juga disebut sebagai keseimbangan tidak formal (sites.tech.uh.edu). Berikut adalah ilustrasi keseimbangan asimetris Majalah Vivi :



**Gambar V.33** Keseimbangan asimetris Majalah Vivi (Sumber gambar : dokumen pribadi).

Keseimbangan asimetris pada sampul Majalah Vivi yang mempunyai makna dinamis, sesuai dengan target pembaca majalah ini. Wanita muda yang berprofesi sebagai mahasiswa dan wanita muda kantor.

### **V.1.3. Komponen Sampul Majalah**

#### **V.1.3.1 Cover Lines**

*Cover lines* yang terletak pada Majalah Vivi sangatlah banyak dan rumit. Hal ini membuat pembaca atau calon konsumen merasa bingung akan konten yang dipamerkan. Caldwell dan Zappaterra (2014) mengatakan bahwa *cover lines* hanya berlaku secara periodik, sampul *news-stand* biasanya memperlihatkan sangat banyak *cover lines* untuk menunjukkan bahwa mereka memiliki konten yang lebih banyak dan lebih baik dengan kompetitor. Majalah Vivi ingin memberitahukan semua konten-konten penting dalam majalahnya agar dapat menarik perhatian calon pembeli (*www.spd.org*, 2009), sehingga terdapat konten yang menutupi *nameplate* majalah. Hal ini mengakibatkan tidak adanya ruang karena terlalu banyaknya konten yang ditulis, selain itu juga dikarenakan ukuran tulisan Jepang yang lebih besar daripada huruf latin. Pada umumnya, terdapat satu judul utama yang besar dan kemudian ada beberapa atau banyak judul yang lebih kecil Huruf Jepang mempunyai ukuran yang cukup besar dibandingkan dengan huruf latin. Selain itu huruf latin yang di artikan ke dalam huruf Jepang akan menjadi lebih panjang (Mering, wawancara, 01 Juni 2016).

#### **V.1.4. Elemen Tidak Terlihat**

Majalah Vivi memiliki margin 0,5 cm pada setiap sisi majalah. Margin mencegah elemen-elemen tataletak agar tidak terlalu jauh kepinggir halaman. Terutama ketika saat memasuki percetakan, elemen tataletak bisa terpotong oleh mesin pemotong (Rustan, 2014, h. 64). Majalah ini mempunyai dimensi 30cm x 2,5cm, dengan ketebalan 1cm dan memiliki 234 halaman. Bahan yang dipakai untuk

sampul majalah ini adalah art carton dengan berat 210gr, setelah itu di *varnish* (semacam laminating *glossy*) (*Print On Demand* Gramedia, wawancara, 10 Maret 2016).

