

BAB VI PENUTUP

VI.1. Kesimpulan

Hadirnya Majalah Vivi di Jakarta menambah persaingan ketat antara kompetitor-kompetitor majalah impor Jepang lainnya. Majalah Vivi mempunyai harga yang cukup murah dibandingkan dengan majalah Jepang lainnya, selain itu Majalah Vivi termasuk dalam penjualan terbaik. Pembeli Majalah Vivi terbanyak berprofesi sebagai ibu rumah tangga, mahasiswi, dan wanita muda (karyawan).

Dari data yang sudah didapat dari lima orang *fashion blogger*. Dua diantara kelima wanita tersebut tidak suka dengan tataletak Majalah Vivi, sisanya tidak terlalu mempermasalahkan Majalah Vivi. Majalah Vivi mempunyai gaya tataletak khas Jepang yang mempunyai elemen yang rumit, karena terlalu banyaknya konten yang dimasukkan pada sampul majalah. Ketiga *fashion blogger* yang tidak mempermasalahkan tataletak Majalah Vivi, mempunyai gaya busana yang penuh warna, ramai, dan unik. Oleh karena itu ketiga *fashion blogger* ini menyukai tataletak sampul Majalah Vivi yang rumit. Dua *fashion blogger* yang lain, salah satu dari mereka membaca Majalah Vivi. Namun dia tetap merasa tidak nyaman dengan tataletak Majalah Vivi yang rumit. Kedua *fashion blogger* ini mempunyai gaya berbusana yang tidak berwarna, ramai, dan unik. Mereka mempunyai gaya busana yang sederhana, kasual, dan *high class*. Sehingga kedua *fashion blogger* ini menyukai hal-hal yang tidak rumit.

Kedua *fashion blogger* yang tidak menyukai tataletak sampul Majalah Vivi merasa bahwa dari setiap edisi Majalah Vivi tidak memiliki identitas visual yang tetap. Selain itu *cover lines* terlalu banyak pada sampul Majalah Vivi sehingga membuat pakaian *cover model* tertutup, *nameplate* Majalah Vivi juga tertutup oleh *cover lines*. *Headline* Majalah Vivi juga terlihat lebih besar daripada *nameplate* Majalah Vivi. Oleh karena itu ketika mereka menemukan Majalah Vivi, mereka akan langsung membuka majalah tersebut tanpa peduli dengan sampulnya. Mereka mengatakan bahwa isi dari Majalah Vivi lebih berkualitas daripada sampulnya.

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.

V.2. Saran

Melalui penelitian Pengaruh Tataletak Sampul Majalah Vivi Terhadap Tingkat Minat Beli *Fashion Blogger* Wanita, maka saran yang diberikan adalah :

Jika ada seseorang yang mau membuat majalah dengan gaya Jepang ke Indonesia, akan lebih baik jika menggunakan standar desain Indonesia. Agar memudahkan orang Indonesia untuk membaca majalah tersebut. Fashion blogger masih sangat luas dan akan berkembang ke depannya di Indonesia. Sebaiknya Majalah Vivi harus memulai memikirkan bagaimana memperkenalkan kembali produk Majalah Vivi ke pasar Indonesia melalui *re-design* sampul Majalah Vivi.



DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, H.D. (1983 : 127). Jurnalistik masa kini. Jakarta: Balai Aksara.
- Clements, J. (2014). All that matters modern japan, Great Britain: John Murray Learning.
- Caldwell C., Zappaterra, Y. (2014). Editorial design. China: Laurence King Publishing Ltd.
- Eiseman, L. (2000). Pantone Guide To Communicating With Color. USA: Graftix Press.
- Ferdinand, A. (2002). Structural equation modelling dalam penelitian manajemen. Semarang: FE UNDIP.
- Kasali, R. (1992) Manajemen periklanan : konsep dan aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Minami, O., Toshima-ku. (2013). Designs that grab women's attention. Japan: Tokyo.
- Rustan, S. (2011). Huruf fontipografi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Rustan, S. (2013). Mendesain logo. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Rustan, S. (2014). Layout dasar dan penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sihombing, D. (2015). Tipografi dalam desain. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sutarto, S., et al. (2008). IPS 3 untuk SMP / MTs kelas IX. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- White, W.A., (2002). The elements of graphic design. Canada : Allworth Press.
- Aninditya, (2015). Fashion blogger indonesia. Diakses 12 Januari, 2016, dari <http://www.ziliun.com>, p. 3.
- Frank. (2005). Diakses 14 Januari, 2016, dari www.gardenstew.com.
- Handayani. (2015), Fashion blogger. Diakses 8 Januari, 2016, dari <http://www.kompasiana.com>, p. 2-3.
- Nikola. (2014), Introduction to magazine cover. Diakses 14 Januari, 2016, dari <http://www.magazinedesigning.com>.
- Poole. (2016). Diakses 5 Maret, 2016, dari www.alexpoole.info.
- Rothstein. (2007). Cover and logo design. Diakses 23 Maret, 2016, dari http://www.designingmagazines.com/?page_id=488.
- Swastha, B. (2008). Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen. Liberty: Yogyakarta.

Vocab lesson 14: Cover lines. (n.d.). Diakses 23 Maret, 2016, dari <http://www.spd.org/studentoutreach/2009/12/vocab-lesson-coverlines.php>. 93.

Tersiiska. (2016). Diakses 23 Maret 2016, dari <http://graphicdesign.spokanefalls.edu/>.

Wyatt. (2016). Layout elements. Diakses 23 Maret, 2016, dari <http://www.tameri.com/dtp/elements.html>.

