

Analisis Perkembangan Elemen Desain Cover Majalah Gogirl!

Irene Hasian¹⁾

irene@trisaktimultimedia.ac.id

Dreanu Adam²⁾

dreanu.adam@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual¹⁾²⁾
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti

ABSTRACT

Gogirl! Magazine is a teen magazine for girl and still exists. Gogirl! Magazine Cover has many changed from first published until now and has own special characteristic. This research explain identification design element of typography, illustration, colour until layout from cover Gogirl! Magazine. See transformation and evolution Gogirl! Magazine such of application design element as matter visualization. Research method use kualitatif base on data interview, observation and literature review . The object is Gogirl! Magazine Cover from 2005-2017. Of the results of the analysis results showed that gogirl! visual data undergo a change design Cover from American Pop Fun to be Australian Fun.

Keywords: *Cover Gogirl!, American Pop Fun, Australian fun*

ABSTRAK

Majalah Gogirl! merupakan sebuah majalah remaja untuk perempuan yang hingga kini masih tetap eksis. Sampul majalah Gogirl! memiliki banyak perubahan sejak awal terbit hingga sekarang dan memiliki daya tarik tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen desain berupa tipografi, ilustrasi, warna dan tata letak dari sampul majalah Gogirl!, melihat perubahan dan perkembangan dari majalah Gogirl! berupa penerapan elemen desain sebagai unsur visualnya. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, data yang dikumpulkan berasal dari wawancara, observasi dan studi pustaka. Obyek penelitian ini adalah sampul muka majalah Gogirl! dari tahun 2005-2017. Dari hasil analisis data visual yang diperoleh bahwa Gogirl! mengalami perubahan gaya tampilan sampul dari konsep *American Pop Fun* menjadi konsep *Australian fun*.

Kata Kunci: *Cover Gogirl!, American Pop Fun, Australian fun*

1. PENDAHULUAN

Majalah merupakan sebuah kumpulan artikel, cerita, berita dan lain sebagainya yang tersusun dalam lembar kertas dan dijilid dengan periode waktu penerbitan bulanan, mingguan maupun dua mingguan (Djuroto, 2004). Termasuk kedalam media konvensional, majalah menjadi salah satu media unik karena menggabungkan aspek informasi dan aspek desain yang dikemas semenarik mungkin untuk merebut perhatian target audiens. Salah satu majalah yang sudah dikenal dikalangan remaja putri yakni majalah Gogirl!

Gogirl! Merupakan majalah dari PT. Aprilis Maju Media yang telah berdiri sejak tahun 2004. Memiliki target pasar audience remaja putri berumur 15–22 tahun. Gogirl! akan menjadi majalah trendsetter karena ukurannya yang mini (17,5cm x 23,2cm) membuat majalah head to head dengan majalah Gogirl! *Magazine* mulai meninggalkan ukuran yang hampir menyerupai ukuran A4. Tidak hanya sampai menjadi trendsetter, Gogirl! terus menginovasi majalahnya sesuai dengan perkembangan remaja putri Indonesia melalui sebuah riset.

Berdasarkan hasil riset, Gogirl! memperbaharui konten informasi seperti tips kecantikan, zodiak, *makeup* hingga fashion, slogan “*magazine for real*” menjadi “*inspired to be impactful*” hingga dari segi desain, baik *cover*, *layout*, permainan warna hingga tipografi.

Pada awal berdiri Gogirl mengusung konsep *American Pop Fun* dengan *layout* yang

ramai serta artikel yang panjang, namun setelah melakukan sebuah riset pada bulan Juli 2017 Gogirl! melakukan pembaruan dengan mengusung konsep Australian fun dengan konsep lebih *clean* dan *arsty*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka Penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana perkembangan elemen desain *cover* majalah Gogirl! berdasarkan aspek desain komunikasi visual?

Berdasarkan ruang lingkup desain *cover* majalah Gogirl!, maka Penulis membatasi kajian dengan melakukan penelitian hanya pada perkembangan elemen desain *cover* majalah Gogirl! ditinjau dari aspek desain komunikasi visual yang meliputi tipografi, ilustrasi, warna, dan tata letak.

2. TINJAUAN TEORITIS

A. Desain Komunikasi Visual

Pada zaman globalisasi ini, jumlah perusahaan terus meningkat. Seiring dengan itu, kompetisi antar perusahaan pun semakin ketat. Banyak perusahaan berlomba-lomba mempromosikan produk mereka dengan cara membuat *brand* perusahaan dan mengadakan acara besar-besaran. Seperti promosi iklan di media cetak, televisi hingga *shopping online* melalui internet. Untuk mengakomodasi hal tersebut, maka perusahaan membutuhkan para desainer untuk mendesain berbagai macam promosi mereka.

Dari perkembangan itu, kebutuhan tenaga desainer di dunia kerja pada tahun 2000 meningkat pesat. Istilah Desain Komunikasi Visual (DKV) menjadi populer

dan ngetren. Dampak positifnya dapat dilihat di berbagai universitas mulai membuka jurusan dalam bidang tersebut. Namun sayangnya, kebutuhan akan tenaga kerja di bidang Desain Komunikasi Visual kurang mendapat respon positif dari masyarakat.

Desain mengintruksikan untuk mengarahkan sesuatu, menafsirkan dan menginformasikannya ke masyarakat tentang suatu bahasan secara lebih luas.

Menurut John Ruskin *"Art and design represents social necessity that no nation can neglect without endangering its intellectual existence"*. (Hembree 2011:11)

1) Unsur-unsur Desain

Elemen-elemen seni visual tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar dan prinsip-prinsip desain. Nirmana atau desain awal juga merupakan suatu bentuk karya awal yang menggunakan prinsip-prinsip elemen dasar dalam DKV. (Wahyuningsih 2013 : 8).

(1) Garis

Garis disebut elemen satu dimensi. (Supriyono 2010 : 58).

Macam-macam garis :

- (a) Garis Horizontal
- (b) Garis Vertikal
- (c) Garis Diagonal

(2) Bentuk

Terdapat berbagai jenis bentuk sebagai berikut: (Ebdi 2009 : 83)

- (a) Bentuk geometri.
- (b) Bentuk curva.
- (c) Bentuk representasi.

- (d) Bentuk abstrak atau random.

(3) Tekstur

Tekstur adalah nilai raba atau halus kasarnya suatu permukaan benda, dengan demikian kualitas benda akan mudah diketahui. Tekstur dapat bersifat nyata dan dapat pula tidak nyata, tekstur sering digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras. (Landa 2011:23)

(4) Value

Penggunaan warna low contrast value dapat menciptakan desain dengan kesan kalem, damai, statis, dan tenang. Sedangkan *high contrast value* memberi kesan dinamis, enerjik, riang, dramatis, dan bergairah. (Rakhmat Supriyono 2010 : 78)

2) Elemen Desain

(1) Warna

Warna juga dapat dihubungkan dengan *unity* atau kesatuan dimana suatu sistem warna yang membuat hubungan visual untuk menambahkan suatu keselarasan atau ketertarikan pada sebuah desain dan *artwork*. (Supriyono 2010:78)

(a) Psikologi Warna

Pada *branding* :

Merah : kekuatan, kepercayaan diri, dan kekuatan dan warna yang sangat menonjol.

Oranye : merepresentasikan kemudaan dan kreatifitas. Emas yang juga salah satu tipe dari oranye atau kuning namun tergantung huenya sendiri, adalah sebuah simbol dari kemewahan dan kualitas tinggi.

Kuning : melakukan tugas menarik

perhatian dengan baik, namun bisa jadi sangat mengganggu atau sulit untuk dilihat (misalnya, ketika teks berlawanan dengan latar belakang warna kuning terang atau sebaliknya) jika tidak digunakan dengan hati-hati.

Hijau : Merek atau produk yang ingin memberikan kesan “hijau” (rasa alami, sehat, berkelanjutan, ramah lingkungan, organik, dan lain-lain) sering digunakan sebagai warna yang diinspirasi alam seperti hijau dan coklat.

Biru : salah satu warna yang serba guna. Secara umum digunakan untuk mengkomunikasikan kepercayaan, keamanan, dan kestabilan. Biru tua adalah pilihan yang populer dengan konteks perusahaan, karena warna ini memiliki rasa serius, konservatif, dan kualitas profesional.

Ungu : *Shade* yang lebih gelap biasanya masih menyimbolkan kemewahan, sementara *shade* warna yang lebih terang dapat dikaitkan dengan feminim atau kekanak-kanakan.

Hitam : kenetralan, meskipun warna ini masih dapat menyampaikan arti seperti penjelasan diatas tergantung konteks. Banyak desain yang secara sederhana berwarna hitam dan putih, pilihan yang disengaja atau hanya untuk berhemat pada biaya cetak. Warna lain dapat terlihat lebih terang dan lebih intens ketika disandingkan dengan hitam.

Putih : kesederhanaan atau kebersihan, kualitas modern. Desainer yang mencari esensi minimalis akan sering menggunakan banyak warna putih.

(2) Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu ekspetasi dari ketidakmungkinan dan tak berbeda jauh dengan angan-angan, bersifat maya atau virtual. Ilustrasi bekerja hadir dalam berbagai diverikasi (Fariz, 2009:14). Ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain.

Fungsi ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus sebagai *eye-catcher* (Supriyono, 2010:169).

(3) Tipografi

Terdapat empat buah prinsip pokok tipografi yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu desain tipografi, yaitu *legibility, clarity, visibility, dan readability*. (Rustan 2011 : 74) Sebuah *font* yang baik harus jelas, terbaca, dan mudah dipahami. Sebuah *font* hanya membutuhkan tingkat keterbacaan tinggi. Apabila hendak menyatakan sesuatu lebih bermakna atau emosional, cukup gunakan *helvetica bold*, ataupun *helvetica black*. Penggunaan jenis tipografi disini sudah terbilang sesuai. Adanya *extender (ascender dan descender)* pada teks yang menggunakan huruf besar-kecil atau seluruhnya huruf kecil, maka baris teks tidak terlihat lurus saja, melainkan ada kontur yang tidak rata. *Extender* merupakan bagian huruf yang keluar dari *waistline* (bagian ini disebut dengan *Ascender*) dan yang keluar dari *baseline* (bagian ini disebut dengan *Descender*). Ini memudahkan dalam pengenalan karakter dan mempercepat

dalam membacanya.

(4) Layout

Menurut Hendi (2008:25) diterangkan bahwa desain yang baik adalah tergantung dari pengaturan pada tiap elemen-elemen yang ada. *Layout* dibuat untuk mempermudah agar pesan jadi mudah dimengerti. Ini adalah bagian dari komunikasi, tidak sekedar seni, atau mempercantik tampilan saja.

Layout memiliki banyak sekali elemen yang mempunyai peran yang berbeda dalam membangun keseluruhan *layout*. Untuk membuat *layout* yang optimal, desainer perlu mengetahui peran masing-masing elemennya.

B. Prinsip Desain

Mempelajari prinsip-prinsip desain sama pentingnya dengan mempelajari tata bahasa untuk keperluan penyusunan kalimat. Dalam desain juga terdapat beberapa *rules*, semacam gramatika atau kaidah visual untuk mencapai komposisi *layout* yang harmonis. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

- (1) Keseimbangan (*Balance*)
- (2) Tekanan (*Emphasis*)
- (3) Kedekatan (*Proximity*)
- (4) Irama (*Rhythm*)

C. Majalah

Majalah mulai berkembang di Inggris pada abad ke-18. Majalah yang pertama terbit adalah majalah *Gentleman* Inggris, untuk surat kabar yang berfokus pada cara menulis yang elegan, lucu, sastra, politik, sejarah, biografi, dan kritik. Formula ini

mencirikan kebanyakan konten majalah berisi humor, fiksi dan esai tentang politik, sastra, musik, dan orang-orang terkenal.

Majalah diartikan sebagai publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis (Djafar H. Assegaff 1983: 127) Selain memuat artikel, majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, *review*, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya.

Selama revolusi Amerika, majalah banyak yang membahas isu politik. Misalnya, Thomas Paine diedit *Pennsylvania Magazine*, yang mendesak revolusi. Meskipun menekankan pada politik, banyak majalah di tahun 1700 yang disebut *Miscellanies*. Majalah ini adalah majalah yang berisi sekian ragam isi yang bisa dibaca oleh masyarakat. Beberapa majalah mempunyai pengaruh yang penting bagi masyarakat. Pengaruh ini terjadi karena majalah bisa menggambarkan atau melaporkan kejadian kepada masyarakat mengenai topik-topik yang hangat dalam masyarakat, seperti penggambaran dan pelaporan masalah perang saudara di Amerika.

(1) Jenis-Jenis Majalah

Jenis-jenis majalah dapat dibedakan atas dasar frekuensi penerbitan dan khalayak pembacanya (Rhenald Kasali, 2007:111). Frekuensi penerbitan majalah di Indonesia umumnya ada yang terbit mingguan,

bulanan, dua kali sebulan, tiga kali sebulan, dan bahkan ada pula yang terbit triwulanan. Sementara klasifikasi majalah umumnya dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- (a) Majalah konsumen, yakni majalah yang diarahkan pada konsumen yang akan langsung membeli barang-barang konsumsinya. Majalah-majalah jenis ini dijual secara eceran, langganan, dan di toko-toko buku.
- (b) Majalah bisnis. Majalah ini ditunjukan untuk kepentingan kalangan bisnis. Umumnya, majalah bisnis terdiri dari tiga bentuk, yaitu *trade papers* (dibaca oleh para pedagang atau penyalur), majalah industri (dibaca oleh kalangan industrial, dan majalah profesi (diabaca oleh kalangan profesional, seperti dokter, pengacara, ekonim, psikolog, arsitek, dan lain-lain).
- (c) Majalah pertanian. Majalah ini ditunjukan kepada para petani atau peminat di bidang pertanian dan perkebunan (agribisnis).

D. Karakteristik Majalah

Majalah merupakan media cetak yang memiliki karakteristik, memiliki kedalaman isi yang jauh berbeda dengan surat kabar dan lebih terperinci, karena tidak hanya menyajikan cerita atas berbagai kejadian dengan tekanan pada unsur menghibur dan mendidik.” (Andrian, 1999:3). Beberapa karakteristik majalah adalah sebagai berikut (Ardianto & Erdinaya, 2005:13):

(1) Penyajian lebih mendalam

Karena frekuensi terbitnya lebih

lama, maka para penulis memiliki waktu yang leluasa untuk melakukan analisis terhadap suatu peristiwa, sehingga penyajian. Informasinya dapat dibahas secara lebih mendalam. Analisis beritanya dapat dipercaya dan didasarkan pada buku referensi yang relevan dengan peristiwa.

(2) Nilai aktualisasinya lebih lama

Nilai aktualisasi majalah harus lama karena rentang terbitnya juga lama, sehingga pembaca tidak pernah menganggap usung majalah tersebut.

(3) Gambar atau foto lebih banyak

Jumlah halaman lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya yang mendalam, majalah juga dapat menampilkan gambar atau foto yang lengkap, dengan ukuran besar dan terkadang berwarna, seta kualitas kertas yang digunakan pun lebih baik.

(4) Cover sebagai daya tarik

Disamping foto, *cover* atau sampul majalah merupakan daya tarik tersendiri. **Cover** majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan warna yang menarik pula.

E. Definisi Sampul

Sampul adalah suatu karya desain grafis yang fungsinya berhubungan dengan bidang penerbitan yang secara langsung atau tidak langsung yang akan berhubungan dengan masyarakat dalam bentuk visual. “Sampul adalah sampul atau pembungkus”. (artikata.com).

“Sampul buku biasanya mendapat

penanganan khusus selain karena porsi emphasis yang terbesar, sampul yang didesain dengan menarik orang untuk membeli buku".(Rustan, 2009:126).

Sampul diibaratkan seperti manusia yang mana jika manusia berpenampilan secara baik maka secara otomatis orang-orang akan tertarik, begitu pun dengan penampilan sampul novel jika dikemas dengan baik maka akan menarik orang untuk membelinya. Sampul buku merupakan suatu alat untuk memperkenalkan atau mempromosikan maksud dari isi buku tersebut secara sekilas.

Keberadaan sampul buku semenjak kemunculannya yang pertama kali sejak dicetaknya kitab suci-masih berfungsi sebatas sebagai pelindung isi naskah yang telah disatukan. Kini, ketika buku telah menjadi salah satu komoditas, cara menyajikan pelindung isi naskah pun telah berubah, fungsi keindahan dan nilai bisnis dari sebuah sampul buku menjadi perhatian utama penerbit.

Di Indonesiasendiri, sampul buku mulai dikenal ketika masuknya buku-buku berjilid yang dibawa oleh orang Belanda. Tipografi di depan sampul masih sangat klasik dan konvensional dengan teknologi huruf timah. Namun, lambat laun ketika teknologi desain grafis semakin berkembang, para pembuat sampul buku menjadi lebih kreatif menghasilkan beragam kreasi sampul buku. Di awal tahun 1970-an, misalnya, teknologi *offset* sudah memungkinkan penggunaannya untuk memindahkan gambar pada sampul buku, bahkan untuk mencetak sebuah karya perupa seperti yang sudah dipraktikkan

oleh Penerbit Pustaka Jaya.

(1) Anatomi Sampul

Dalam pembuatan sampul tentunya memiliki prinsip-prinsip atau elemen-elemen yang harus digunakan. Menurut (Hendratman, 2010:91) sebelum *me-layout* sampul buku yang harus dipersiapkan mengumpulkan data yang sudah final, antara lain:

- (a) Teks judul: Merupakan tulisan singkat yang sifatnya perincian, penjabaran atau menyiratkan permasalahan dari topik atau cerita yang akan dibahas.
- (b) Teks sub judul: Teks yang membantu penjelasan dari judul.
- (c) Teks isi/Naskah/Sinopsis: Cerita singkat mengenai isi dari buku tersebut untuk memberikan sedikit gambaran kepada orang yang akan membaca buku tersebut.
- (d) Gambar latar belakang: Gambar yang menjadi pendukung gambar utama yang biasa disebut *background*.
- (e) Gambar latar depan: Merupakan gambar yang menjadi utama.
- (f) Ornamen/ Hiasan: Merupakan gambar tambahan baik untuk mempermanis sebuah desain, ornamen bisa berupa gambar ilustrasi vector atau lainnya.
- (g) Logo: Merupakan identitas dari suatu perusahaan, instansi atau perorangan.
- (h) *Flash, Banner*: *Flash* adalah tanda untuk menandakan diskon sedangkan banner adalah suatu visual yang biasanya ditempatkan dibagian atas baik itu berupa gambar biasa atau di isi dengan iklan.

Elemen sampul diantaranya:

- (a) Judul: Merupakan tulisan singkat yang sifatnya perincian, penjabaran, atau menyiratkan dari masalah dari topic atau cerita yang akan dibahas.
- (b) Nama pengarang: Merupakan nama dari penulis dari buku tersebut.
- (c) Nama dan Logo penerbit: Merupakan identitas yang menerbitkan buku.
- (d) Testimonial: Testimonial adalah cerita singkat dari orang-orang yang sudah membaca buku tersebut yang kemudian di cantumkan di depan buku.
- (e) Elemen Visual: Merupakan gambar yang membantu dalam desain sampul buku agar lebih menarik, elemen visual bisa gambar utama, *background*, ornamen atau lainnya.
- (f) Teks: Merupakan berupa tulisan untuk memberikan informasi kepada pembaca terhadap isi dari buku tersebut. Teks dalam sampul biala berupa sinopsis, testimoni, prolog dan lainnya.

(2) Kriteria Sampul

Dari sekian banyak karya desain sampul buku yang dihasilkan oleh para desainer mengenai sampul-sampul yang sangat menarik dan mampu menarik perhatian calon pembeli, didalam sampul pada prinsipnya memiliki tiga kriteria yang digunakan. Menurut Rustan, 2009:126 sampul dibagi menjadi tiga kriteria :

- (a) Elemen visual berupa karya ilustrasi dengan gaya komik atau kartun digunakan sebagai *cover* pada buku fiksi, seperti *cover* buku Matt Layzell.
- (b) Teks dalam paragraf yang diatur tumpang

tindih sedemikian rupa mengesankan figur menara kembar WTC, sesuai isi bukunya, variasi *emphasis* melalui teks judul, sub judul dan lainnya membentuk *sequence*, seperti *cover* buku Adam Mclsaac.

- (c) Teknik fotografi hitam putih yang kuat serta keseimbangan asimetris hasil gabungan antar elemen visual dan teks membuat *cover* sangat menarik, seperti *cover* buku Graphic Havoc.

Dalam pembuatan sampul tidak kalah pentingnya dengan peran penting fotografi yang dimana foto merupakan pemikat utama dari sebuah sampul untuk menarik perhatian calon pembeli, foto yang digunakan dalam sampul tidak dengan seenaknya ditempelkan begitu saja tetapi harus dipertimbangkan dengan titik keindahannya.

Dalam dunia fotografi, *Rule of third* atau aturan 1/3 bagian adalah petunjuk bagaimana caranya memposisikan obyek di 1/3 bagian dalam foto agar lebih enak dilihat. Tehnik ini juga termasuk dalam mengkomposisikan obyek kedalam satu *frame*, dengan posisi yang tepat mengikuti acuan aturan sepertiga itu. Aturan ini mungkin lebih tepat disebut sebagai panduan, sebab tidak selamanya penempatan obyek di 1/3 bagian foto itu nikmat untuk dilihat bergantung dari obyek dan hasil foto yang dihasilkan oleh fotografer.

4. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yakni suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih

baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia.

5. PEMBAHASAN

A. Tahun 2005

(1) Tipografi

(a) *Nameplate*

Nameplate atau logo majalah pada terbitan pertama diletakan paling atas dengan ukuran paling besar hampir sama dengan lebar majalah dengan ukuran panjang 17 cm x 5 cm. Logo dibuat menggunakan jenis huruf serif dengan huruf capital pada awal kalimat dan warna yang digunakan *nameplate* yaitu hijau.

(b) *Splash*

Splash menggunakan 2 jenis font, yaitu serif dan sans serif. Pada teks "Bonus Tali HP" dibuat dengan huruf *bold* dan menggunakan jenis huruf sans serif dan ukuran font yaitu 12 points. Sementara untuk tulisan Gogirl! menggunakan jenis font serif yang diambil dari logo Gogirl! itu sendiri dengan ukuran yang disamakan dengan tulisan Bonus Tali HP. Warna test menggunakan warna putih dengan *background* berwarna merah muda.

(c) *Headline*

Headline yang diangkat pada terbitan Gogirl! 2005 yaitu "No one to someone issue" dengan menggunakan jenis font serif *bold* dan *headline* dibuat dengan ukuran font yang cukup besar yaitu 40

points membuat teks terlihat sangat jelas dan pembaca mengetahui headline yang sedang dibahas.

(d) Tahun Terbit dan Harga Majalah

Pada tahun 2005 tahun edisi dan harga majalah menggunakan jenis font sans serif dengan ukuran font 11 point. Pada bagian harga teks dibuat tipis atau *light* sedangkan tahun terbit buat *bold* membuat keterangan harga dan tahun terbit mudah untuk dibaca, kemudian dengan menggunakan teks berwarna putih.

(d) *Cover line*

Cover line terdiri dari 9 tema yaitu "Valentine Survey Pendapat jujur kamu soal Valentine" "The O.C Another Hollywood teenage drama" "Guys Exclusive Club ada tempat tongkrongan segala" "10 Jalan Pintas Jadi Beken dijamin Nyasar!" dengan jenis huruf sans serif *bold* dengan ukuran font 30 points.

Teks "Lindsay Lohan *New album new life*" di desain dengan menggabungkan jenis huruf sans serif pada tulisan Lindsay Losan dan jenis huruf serif pada tulisan *New album new life*, dengan ukuran font 30 points dan teks "5 Penghalang keberhasilan *stay away from them*" dibuat dengan dua jenis font yang berbeda. "5 penghalang keberhasilan dibuat dengan font serif dan "*stay away from them*" dengan sans serif.

Cover line dengan teks "Ada voucher dan hadiah seru buat kamu, buruan buka halaman 158" menggunakan jenis font sans

serif dengan dua jenis ukuran font, untuk teks “ada *voucher* dan hadiah seru buat kamu, buruan buka halaman” menggunakan ukuran font 12 point dan untuk angka “158” menggunakan ukuran font 58 points.

Secara keseluruhan tipografi yang menggunakan jenis font serif membuat keterbacaan pada *cover line* bisa terbaca dengan jelas karna pada dasarnya font serif sering digunakan pada media cetak seperti majalah, koran dan lainnya.

(2) Layout

Layout cover majalah Gogirl! menggunakan jenis *layout jumble* yang merupakan komposisi beberapa gambar dan teks disusun secara teratur. Peletakan *cover line* pada sisi kanan *cover* membuat mata pembaca terfokus ke bagian *cover line* yang menjadi daya tarik utama yang merupakan bentuk *emphasis* dari majalah Gogirl!. *Layout* Gogirl! mengarahkan pembaca untuk membaca dari atas ke bawah dan dari kanan ke kiri dengan semua informasi yang sangat lengkap.

(3) Warna

(a) Nameplate

Nameplate menggunakan warna hijau pada terbitan pertamanya. Tidak ada warna khusus untuk *nameplate* majalah Gogirl!, hanya disesuaikan dengan konsep dan tema pada setiap edisi. Warna yang digunakan pada *nameplate* cenderung menggunakan warna-warna yang cerah dan ceria seperti warna *pink*, kuning, hijau, biru

muda yang mewakili karakter anak remaja di Indonesia.

(b) Cover line

Cover line menggunakan dominasi warna hijau toska dan menggunakan warna dasar seperti hitam putih yang memberi kesan kontras pada setiap *cover line* sehingga menciptakan harmonisasi.

(c) Headline

Warna pada headline menggunakan dominasi warna hijau toska dengan menambahkan *shadow* pada bagian belakang huruf untuk menambah kedalaman dan tidak terlihat menyatu dengan *background*.

(d) Splash

Splash Binus Tali HP Gogirl! menggunakan *shape* penghargaan dengan warna *pink* dengan teks berwarna putih membuat splash terlihat simple, menarik perhatian pembaca dan menyatu antara *shape* dan teks.

(4) Ilustrasi

Pada ilustrasi tahun pertama edisi gogirl! menggunakan model dengan *angle close up* dengan gaya *fierce* sangat sesuai dengan headline “No one to someone issue”. *Nameplate* dibuat menutupi ilustrasi membuat *nameplate* terlihat jelas untuk memperkenalkan majalah Gogirl! ke hal layak. Kombinasi ilustrasi yang menarik dengan perpaduan warna yang menyatu dari satu objek dengan objek yang lainnya memberi kesan daya tarik yang kuat.

B. Tahun 2016

Majalah Gogirl! sejak awal meluncurkan majalah di tahun 2005 dan melakukan redesign majalah pada tahun 2016 dengan mengusung tema *Australian Fun*. Adapun Analisa yang dilakukan untuk menjelaskan faktor yang mempengaruhi dalam elemen penyusun visual *cover* majalah Gogirl! adalah *layout*, ilustrasi, tipografi dan warna.

(1) Tipografi

(a) Nameplate

Nameplate atau logo dari majalah Gogirl! sudah memiliki perubahan dari segi ukuran tetapi tetap menempatkan posisi dibagian tengah atas *cover* majalah. *Nameplate* pada majalah gogirl! menggunakan jenis font serif dan menggunakan yang disesuaikan dengan *background* pada setiap edisinya agar mudah terlihat. *Nameplate* memiliki ukuran 5,7x1,7 cm.

(b) Cover line

Pada tahun 2016 *cover line* yaitu teks "*Finalis Gogirl! Look 2016*" dengan *background* lingkaran berwarna biru ditambah ornamen gelombang dan tulisan berwarna hitam. Menggunakan jenis huruf serif dengan ukuran 6 points ditambah bentuk lingkaran yang diletakan dibagian atas *cover* majalah membuat daya tarik pembaca untuk melihat *content* dari majalah.

Cover line dibagian kanan *cover* dengan teks "*ALL ABOUT SMART PHONE*" "*CONTENT CREATOR 101*"

SOCIETY BEHIND THE SCREEN" menggunakan warna putih dengan menggunakan jenis huruf sans serif dengan ukuran font 9 points.

Cover line dengan teks "*TIPS: HOW TO MINGLE*" "*PREPARE FOR THE BEST*" "*RISING HOLLYWOOD*" menggunakan font sans serif dengan ukuran 9 points dengan font berwarna putih.

(c) Nomor edisi, tahun terbit, harga majalah dan barcode.

Barcode pada *cover* majalah gogirl! tetap konsisten berada dibagian kiri bawah majalah. Perubahan terjadi pada ukurannya saja yang semula berukuran 3,1 cm x 1,6 cm menjadi 1,2 cm x 3,7 cm. Untuk ukuran teks harga dan tahun terbit menggunakan jenis font serif dengan size font 5,3 point sedangkan nomor *barcode* menggunakan jenis font sans serif dengan ukuran teks 4,7 points, sedangkan nomor edisi pada desain *cover* majalah terbaru terpisah dengan *barcode* dan tahun terbit. Untuk nomor edisi menggunakan jenis huruf sans serif dengan ukuran 8,5 points.

(d) Splash

Pada tahun 2016 splash majalah gogirl! yaitu "*Bonus: Holiday Project Booklet*" "*Bonus: Gogirl! Agenda 2017*" dengan jenis font serif dan ukuran font 6 points yang mudah untuk terbaca dengan ukuran diameter 1,6 cm ditambah ornamen pada bagian *background*

memberikan ketertarikan pembaca.

(e) *Website*

Website Gogirl! pada tahun 2016 merubah posisi yang awalnya disatukan dengan nomor edisi dan harga sekarang diletakan disisi tangan bawah majalah, dengan ukuran 6,2 points dan menggunakan jenis fonts sans serif.

(2) *Layout*

Layout cover majalah Gogirl! berubah total dari tahun-tahun sebelumnya pada terbitan Oktober 2016 yang menggunakan jenis *bleed layout* yang mana sekeliling bidang menggunakan *frame*, seolah dipotong pada bagian pinggirnya. *Layout* ini menjadikan pembaca langsung tertuju pada *headline* utama sehingga menarik minat pembaca.

Bentuk penekanan pada *cover* Gogirl! yaitu pada bagian ilustrasi foto. Ilustrasi menjadi peranan penting karena point utama untuk para pembaca akan tertarik pada setiap terbitannya. *Layout* yang lebih disederhanakan dan mengikuti perkembangan desain membuat efek yang lebih kuat untuk menarik orang untuk membacanya. Selain itu warna merupakan elemen yang sangat penting didalam *layout*, yang membuat suasana lebih hidup.

Layout tahun 2016 merupakan awal perubahan dari segi desain, dapat dilihat dari urutan atas kebawah. Dimulai dari nameplate kemudian nomor edisi lalu dilajut dengan foto atau ilustrasi dan terakhir adalah *website*.

Layout tahun 2016 dapat dilihat dari

headline “let’s play” memiliki jenis font sans serif dengan ukuran font 10 points dengan font berwarna putih memberikan nuansa yang cocok ditambah dengan warna *background* apapun. Penambahan ilustrasi foto berbagai gerakan keceriaan membuat visualisasi *headline* menjadi menarik dan sangat sesuai.

Layout cover Gogirl! memiliki visual ilustrasi yang ditampilkan pada bagian tengah *cover* yang menjadikan penekanan pada desain yang disampaikan, sehingga menciptakan hubungan dan korelasi yang baik serta terciptanya suatu harmonisasi yang baik dan kreatif.

Barcode mengalami perubahan bentuk pada edisi 2016, yang semula di desain berbentuk horizontal sekarang berubah menjadi vertikal pada bagian sisi kiri bawah *cover*.

(3) *Warna*

(a) *Nameplate*

Nameplate Gogirl! menggunakan jenis huruf serif yang memberi kesan *cheerful* dan *youthful* dan penambahan tanda seru pada akhiran kata. *Nameplate* Gogirl! memang sejak awal cetak tidak memiliki aturan warna yang disesuaikan. Warna yang digunakan untuk *nameplate* gogirl! yaitu warna yang cerita yang memrepresentasikan remaja putri di Indonesia yaitu warna *pink*, biru toska, hijau, putih maupun oranye.

(b) *Cover line*

Cover line menggunakan elemen grafis dengan warna biru, merah yang membuat mata langsung tertuju pada *cover line* tersebut. Huruf pada *cover* menggunakan

warna hitam sehingga kontras dengan warna *background* yang digunakan.

Cover line memiliki warna putih dengan jenis font sans serif dengan *background* berwarna *pink* dan oranye yang dibuat blur membuat *cover line* mudah terbaca dan memberi kesan yang kontras.

(c) *Headline*

Headline pada majalah Gogirl! tahun 2016 dengan jenis font sans serif dan menggunakan warna putih memberikan kesan kontras dan terlihat *simple* dengan diletakkannya pada bagian tengah *cover* majalah sehingga menjadi perhatian khusus bagi pembaca.

(d) *Barcode*

Warna *barcode* tidak ada perubahan, seperti *barcode* pada umumnya. Warna putih dan hitam yang digunakan pada setiap edisi terbitan Gogirl!. Perbedaan terlihat dari penambahan teks seperti tahun terbit, harga, serta nomor *barcode* yang pada terbitan sebelumnya tidak ada.

(e) *Splash*

Splash menggunakan kombinasi warna merah tua pada bagian *background* yang berbentuk lingkaran dan warna coklat pada bagian elemen zig- zag serta warna hitam digunakan untuk warna font membuat *splash* lebih menarik juga sangat *eye catching*.

Splash "Bonus: Gogirl! agenda 2017" menggunakan huruf sans serif yang menggunakan warna hitam pada teks dan *shape* lingkaran dengan *background* biru serta tambahan elemen zig-zag dengan warna biru tua membuat kesatuan yang harmonis yang menarik perhatian pembaca.

(f) *Website*

Warna font *website* pada *cover* majalah Gogirl! disesuaikan dengan warna *background* yang digunakan pada setiap terbitannya agar tetap terbaca dan kontras antara font dan juga *background*.

(4) *Ilustrasi*

Ilustrasi yang digunakan bertemakan tentang bermain. Pada ilustrasi ini diwakili dengan tokoh seorang model yang memperagakan beberapa gerakan bermain seperti melompat, berdiri dengan satu kaki, berdiri menggunakan tangan. Gerakan merepresentasikan kegiatan bermain yang biasa dilakukan. Tampilan memberikan kesan yang feminis, *fresh* dan memiliki kontras yang baik. Warna yang digunakan didominasi oranye dan *pink* sangat sesuai dengan *color mood* remaja perempuan. *Background* berwarna *orange* dibelakang model memberikan perpaduan warna yang menarik ditambah model menggunakan warna baju dominan *pink* yang sangat menyatu.

Ilustrasi berikutnya menampilkan visual yang sangat menarik bukan hanya menggunakan warna-warna yang kontras namun juga menggunakan ilustrasi element berbentuk *icon loading*. Tema yang diambil yaitu *screen*, dimana pada bagian *background* dibuat *blur* kemudian ditambahkan *icon loading* yang menggambarkan tampilan pada *handphone* yang sedang *loading*. Kombinasi ilustrasi yang menarik dengan perpaduan warna biru muda yang cerah pada *background* dipadukan dengan ilustrasi bercak berwarna *pink* yang menyatu dari suatu objek dengan objek lainnya membuat

tampilan visual menjadi *eye catching*.

6. PENUTUP

- (1) Perkembangan *cover* majalah Gogirl! terdiri dari 2 periode. Periode pertama pada tahun 2005–2015 dimana desain dibuat dengan konsep *American Pop Fun* yang membuat *cover* terlihat lebih berwarna dan terkesan padat pada penempatan *coverline* di setiap sisi kanan dan kiri, sedangkan periode kedua tahun 2016 sampai sekarang. Periode kedua merupakan terjadinya perubahan total dari segi desain meliputi desain *cover* maupun isi dari majalah tersebut dengan konsep *Australian Fun* yang menggunakan prinsip desain *emphasis* membuat *cover* terlihat lebih minimalis dan *simple* berbeda dengan tahun sebelumnya.
- (2) *Nameplate* atau logo majalah Gogirl! sudah konsisten sejak awal terbit ditahun 2005. Perubahan ukuran saja pada tahun 2016 yang semula berukuran hampir seukuran lebar majalah menjadi diperkecil dan dibuat lebih minimalis sesuai dengan konsep *Australian Fun* namun tetap *readability*. Pada *nameplate* Gogirl! tidak ada aturan warna yang dikhususkan, *nameplate* menggunakan warna yang cerah seperti kuning, *pink*, hijau, biru karena disesuaikan dengan tema dan konsep desain.
- (3) *Layout* yang digunakan pada majalah Gogirl! terdiri dari 2 jenis yaitu jenis *layout jumble* pada tahun 2005 – 2015 dengan menggunakan prinsip desain

sequence yang membuat pembaca membaca dari bagian kiri *cover* kemudian kekanan lalu turun ke bawah *cover*. Kemudian ada *layout bleed* pada tahun 2016, dengan prinsip desain *emphasis* membuat pembaca langsung terfokus pada bagian inti majalah yaitu *headline*.

- (4) Ilustrasi yang digunakan tidak selalu menggunakan model, ilustrasi ditentukan dari konsep saat *brief* bersama tim redaksi dan *content* desain. Pemilihan model dipilih sesuai dengan trend pada saat tersebut atau model dipilih karena bisa menginspirasi anak remaja perempuan Indonesia.
- (5) Warna pada majalah Gogirl! adalah warna-warna yang cerah, *youthful*, *girly*, *colorful* seperti hijau, *pink*, kuning, biru, orange, merah karena sesuai dengan visi misi menginspirasi remaja putri Indonesia.
- (6) Tipografi yang digunakan menggunakan beberapa jenis font seperti serif, sans serif, dekoratif. Pada dasarnya huruf yang ideal untuk majalah adalah serif karena lebih *readability*, namun seiring perkembangannya huruf sans serif lebih sering digunakan karena berbagai jenis dari font sans serif itu sendiri. []

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, Arief. 2011. *Tinjauan Desain Grafis*. Jakarta : Concept Media.
- Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi massa : suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Creswell.W John. 2015. *Essential Skil For the Qualitative Researcher*. California : Thousand Oaks.
- Gavin Ambrose & Paul Harris. 2009. *The Fundamentals of Graphic Design*. Boston USA : Clark Baxter Publisher.
- Hembree, Ryan, 2011. *The Complete Graphic Designer*. Beverly USA : Quayside Publishing Group.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Landa, Robin. 2011. *Take a Line for a Walk: A Creativity Journal*. Boston USA : Clark Baxter Publisher.
- Rustan, Surianto. 2009. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utam.
- _____. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto Ebdi, Sadjiman. 2009. *Nirmana: Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Wahyuningsih, Sri. 2013. *Desain Komunikasi Visual*. Madura : UTM Press.