

LAYOUT MAJALAH SEBAGAI SEBUAH CERMINAN IDENTITAS PEMBACA STUDI KASUS LAYOUT MAJALAH COSMOPOLITAN DAN ANEKA YES

Oleh :

Rangga Galura Gumelar

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Jl Raya Jakarta Km 4

Rangga_galura@yahoo.com

ABSTRAK

Tata Letak atau layout dalam sebuah desain adalah suatu kebutuhan dan memberikan dampak yang sangat besar. Bagaimana prinsip layout menurut Tom Lincy, yaitu: proporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan didapatkan dari tipografi, ruang kosong dan warna berdasarkan psikologi warna yang kemudian dicoba untuk dijadikan sebuah kesatuan yang harmoni. Penampilan cover layout memberikan kelas tersendiri yang kemudian dimaknai seragam oleh si pembaca atau penerimanya. Kelas dari majalah Cosmpolitan berada jauh dilevel majalah Aneka Yess, walaupun secara isi sesungguhnya keduanya sama. Kekuatan seni dan desain grafis dituntut dalam pembuatan layout ini, dan inilah yang kemudian harus dijadikan suatu acuan apakah memang ini telah sesuai dengan keinginan dari segmentasi pasar yang dibidik oleh kedua majalah tersebut.

Kata Kunci: Layout, Prinsip Layout, Psikologi Warna

A. PENDAHULUAN

Era informasi atau era digital telah banyak mempengaruhi gaya dan perubahan dalam kehidupan manusia. Informasi adalah sebagai suatu kebutuhan manusia, baik yang dikemas dalam media cetak, elektronik ataupun di dunia maya atau internet. Peran media massa ini menjadi sangat penting dalam proses pelaporan. Perkembangan media massa tumbuh pesat dengan munculnya berbagai media massa baik cetak maupun elektronik. Pada dasarnya, semua media massa menyampaikan hal yang sama, yaitu informasi, tetapi sekarang orang lebih memilih untuk menyampaikan informasi yang menarik yang kemudian disesuaikan dengan kebutuhan si pembaca, bahkan tidak jarang media informasi yang dikemas dibuat secara khusus bagi kebutuhan suatu komunitas atau golongan tertentu seperti majalah-majalah yang khusus membahas tentang elektronik, fashion, kesehatan dan sebagainya. Media cetak seperti surat kabar dan majalah dalam perkembangannya dapat mewakili aspek-aspek kebutuhan dari masyarakat tersebut.

Surat kabar itu dibuat sebagai media cetak dengan biaya yang wajar, sedangkan majalah merupakan versi mahal dari media cetak. Mereka tetap menjadi pilihan utama

dalam penyampaian informasi, tergantung pada pembaca, lebih memilih surat kabar atau majalah, itu semua kembali pada kebutuhan setiap pembaca. Efektivitas penyampaian pesan dalam berbagai media, tergantung pada tata letak desain, menulis artikel, atau berita di media cocok dalam, jika tidak diatur maka akan menjadi respon yang beragam muncul dari seorang pembaca berita. Menyampaikan informasi dalam Berita salah satunya adalah baik dibuat sederhana, mudah dibaca, dan juga dari yang disampaikan melalui media cetak seperti surat kabar atau majalah biasanya mengandung unsur efektivitas yang baik.

Banyak orang lebih memilih untuk membaca berita melalui media cetak seperti surat kabar karena berita yang *up to date* setiap hari, tetapi bagi sebagian orang lebih memilih sebuah majalah lebih berwarna, sehingga menarik untuk dibaca dalam jangka panjang. Saat ini majalah menjadi media yang paling massa kepentingan kalangan remaja, majalah perlahan-lahan mulai memperbaiki isi berita dan informasi. Sebagai media yang tidak dipublikasikan harian, majalah mencari berita yang selalu *up to date* sampai beberapa hari ke depan, diberikan informasi yang lebih menarik bagi pembaca.

Hadirnya dan beragamnya majalah yang ada saat ini sangat memperlihatkan

kepada kita bahwa bisnis ini memang memiliki pangsa pasar yang menarik. Bahkan tidak tertutup kemungkinan saat ini banyak majalah yang datang dari luar untuk diperjualbelikan kepada masyarakat umum. Berbeda dengan Koran, majalah dituntut untuk memberikan nuansa beda dan digemari oleh si pembeli, karena memang harga yang ditawarkan jauh lebih mahal. Oleh sebab itu dalam penelitian peneliti mencoba melihat bagaimana tata letak atau layout cover yang disajikan oleh majalah Cosmopolitan dan Aneka Yess sebagai majalah representatif wanita ditinjau dari Layout cover yang mereka tampilkan kepada konsumen.

B. TINJAUAN PUSTAKA

B.1. Seni dan Desain

Baik secara sadar ataupun tidak sadar, bahwa media massa baik cetak ataupun elektronik adalah jenis komunikasi non verbal. Dimana mereka menuangkannya dalam bentuk tulisan. Majalah, koran, tabloid yang kita lihat adalah salah satu bentuk komunikasi yang dikemas yang kemudian divisualisasikan dalam bentuk tulisan. Semua yang ada dalam majalah, koran dst, memiliki makna dan nilai, contohnya adalah photo, grafik, warna dsb.

Dalam proses pembentukan suatu layout atau tata letak maka kita akan selalu berhubungan dengan desain yaitu perancangan, Grafis yaitu grafik atau garis dan Desainer orang yang merancanginya. Dalam hal ini jika kita ungkapkan dengan wilayah yang luas, seorang desainer bukan saja berhubungan dengan desain semata, tetapi seorang desainer harus memiliki konsep dan ide akan output yang akan mereka keluarkan.

Oleh karena itu erat kaitannya seorang yang membuat tata letak itu mengerti akan seni. Walaupun seni adalah merupakan suatu karya dan kreativitas seseorang tetapi seni yang baik adalah adanya suatu pemahaman yang sama serta memiliki nilai diantara si pembuat dan si penerimanya.

B.2. Tata Letak (Layout)

Secara bahasa adalah tata letak. Secara lebih spesifik Layout adalah suatu kegiatan menyusun, mengatur dan memadukan unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadi komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik (Hendratman, 85). Harus diperhatikan adalah kata estetik, artinya disini seorang layouter harus tetap memegang kaidah serta norma-norma yang berlaku, sehingga pesan yang disampaikan akan secara jelas terserap dan diterima oleh si penerima dengan jelas dan baik. Oleh sebab itu fungsi Layout sendiri haruslah terbaca, tersusun, indentitas produk dan jelas.

Menurut Tom Lincy dalam bukunya yang berjudul *Design Principle for Desktop Publishing* menyatakan bahwa ada 5 prinsip Layout yang baik yaitu: Proporsi, Keseimbangan, Kontras, Irama dan Kesatuan.

1. Proporsi: Kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya. Biasanya dalam dunia layout yang paling populer adalah ukuran letter, 8.5" x 11".
2. Keseimbangan (Balancing): pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang. Keseimbangan ini kemudian dibagi menjadi dua, yaitu:
 - a. Keseimbangan simetris: menata letak elemen-elemen grafis agar terkesan rapi dan formal. Seimbang artinya bukan sama besar, tetapi memiliki tampilan yang sama bobotnya.
 - b. Keseimbangan Informal: memiliki tampilan yang tidak simetris. Pada dasarnya elemen yang disusun seimbang, hanya saja cara pengaturannya tidak sama.
3. Kontras / Fokus, yaitu: menonjolkan salah satu tema yang akan diangkat.

Bisa dari gambar maupun dari headline nya.

4. Irama (Rhythm): Pola Perulangan yang menimbulkan irama yang enak diikuti. Contohnya dalam surat kabar kita mengenal adanya master pages, artinya walaupun disitu termuat beberapa macam artikel yang di desain secara spesifik, tetapi secara keseluruhan tetap ada elemen-elemen yang bentuk dan polanya dijadikan patokan berirama.
5. Unity (Kesatuan): Hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi yang utuh. Dapat dilakukan dengan cara *Side by side* atau Bersinggungan (in contact each other). Selain itu dapat ditambahkan seperti warna atau alat-alat bantu seperti *border* atau ornamen.

Selain dari itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam sebuah Layout yaitu:

- a. Tipografi : Yaitu pemilihan teks yang digunakan dalam pembuatan desain tersebut. Karena bagaimapun teks yang dipilih memiliki peranan yang sangat besar.
- b. Ruang kosong : Ruang kosong digunakan agar pembaca diberi suatu pembatas atas satu bagian dengan bagian lain, sehingga mata pun tidak dibuat lelah untuk memahaminya.
- c. Warna : Disadari atau tidak, seorang pelanggan akan merespon apa yang dia lihat (di tampilan monitornya) pada level psikologis. Seorang desainer-grafis yang baik, haruslah bisa membuat dan meletakkan elemen-elemen untuk menggoda, menyenangkan dan memuaskan para pelanggan. Dan tujuannya tidak akan berhenti saja pada si pelanggan, tapi seorang pelanggan yang senang, kemungkinan besar, akan merespon terhadap apa yang menjadi tujuan dari desain anda.

Kekuatan Warna Menurut E. Holzschlag

WARNA	Respon Psikologi	Catatan
Merah	Power, energi, kehangatan, cinta, nafsu, agresi, bahaya	Warna Merah kadang berubah arti jika dikombinasikan dengan warna lain. Merah dikombinasikan dengan Hijau, maka akan menjadi simbol Natal. Merah jika dikombinasikan dengan Putih, akan mempunyai arti 'bahagia' di budaya Oriental.
Biru	Kepercayaan, Konservatif, Keamanan, Tehnologi, Kebersihan, Keteraturan	Banyak digunakan sebagai warna pada logo Bank di Amerika Serikat untuk memberikan kesan 'kepercayaan'.
Hijau	Alami, Sehat, Keberuntungan, Pembaharuan	Warna Hijau tidak terlalu 'sukses' untuk ukuran Global. Di Cina dan Perancis, kemasan dengan warna Hijau tidak begitu mendapat sambutan. Tetapi di Timur Tengah, warna Hijau sangat disukai.
Yellow	Optimis, Harapan, Filosofi, Ketidak jujur, Pengecut (untuk budaya Barat), pengkhianatan.	Kuning adalah warna keramat dalam agama Hindu.
Ungu/Jingga	Spiritual, Misteri, Kebangsawanan,	Warna Ungu sangat jarang ditemui di alam.

- d. Foto (Gambar) : Merupakan kekuatan terbesar sebagai suatu penekanan berita baik di media surat kabar ataupun majalah. Bahkan meniriyt penelitian pointer institute – sebuah sekolah jurnalisme di Amerika Serikat bahwa orang lebih tertarik kepada foto berwarna dibandingkan dengan warna hitam putih. Foto berwarna lebih mendapatkan perhatian 20% dibandingkan dengan foto hitam putih.

C. METODELOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif dibedakan dengan pendekatan penelitian kuantitatif dalam arti metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Istilah

penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller dalam Moleong (2004:2) pada mulanya bersumber pada pengamatan kualitatif yang yang dipertentangkan dengan pengamatan kuantitatif.

Penelitian ini bersifat sebagai sebuah study literature karena mencoba membandingkan data yang ada dengan ragam sumber informasi yang didapat seperti dari buku, teks, jurnal ataupun informasi lainnya yang peneliti anggap layak untuk dijadikan sebagai bahan referensi atau sumber dalam penelitian ini.

C.1. Tehnik Pengumpulan Data

1. Studi Dokumentasi

Pengumpulan data yang bersumber dari dokumen resmi yang relevan penelitian, berupa sumber-sumber buku ataupun bacaan lainnya yang menunjang dalam penelitian.

2. Observasi

Melakukan analisis layout cover majalah pada majalah Cosmopolitan dan Aneka Yess.

D. Analisis Data dan Pembahasan

Majalah Cosmopolitan



Majalah Aneka Yess



Majalah Cosmopolitan:

1. Sasaran menargetkan perempuan dewasa, pembaca majalah lebih kosmopolitan menekankan kelas menengah atas perempuan dewasa. Hal ini ditekankan kepada gambar yang menjadi model dalam pemberitaan tersebut. Sosok yang ditampilkan adalah orang-orang dewasa yang dianggap mapan dan memiliki pesona dan menjadi tren dikalangan wanita terutama kalangan wanita karir. Majalah Cosmopolitan ini, dalam pakaian yang dikenakan oleh modelnya memang terbilang seksi dan menarik. Strategi ini digunakan agar menjadi suatu perhatian kepada si pembaca.
2. Dibandingkan dengan majalah Aneka halaman ini lebih tebal, memungkinkan penjelasan dari masing-masing rubrik dijelaskan secara lebih rinci dan kolom adalah varian yang lebih beragam. Sehingga konsep dalam layout cover mencoba menerangkan semua informasi penting yang ada di dalam majalah tersebut. Selain dari itu majalah ini diterbitkan setiap bulan, sehingga sebisa

- mungkin dari majalah ini menyampaikan informasi yang tidak membosankan. Rubrik yang ditawarkan bukan saja hanya untuk perempuan, tetapi jauh dari itu bahwa rubrik yang ditawarkan dapat pula diterima oleh para kaum ada. Sehingga headline dalam setiap rubrik dibuat untuk lebih umum.
3. Tata letak yang lebih sederhana sehingga memudahkan pembaca dalam memahami maksud dari penulis, dan menghindari persepsi bahwa berbagai berita masing-masing. Ada banyak rubrik yang mencakup pendapat para ahli di lapangan. Layout dibuat secara sistematis dilihat dari keseimbangan yang diperlihatkan dari sebelah kanan dan sebelah kiri, dimana kedua bagian tersebut dipenuhi dengan tulisan rubrik yang ada pada majalah tersebut.
 4. Pendidikan atau rubrik tentang seks adalah suatu kolom yang menjadi primadona untuk selalu dibahas pada majalah ini, dan bahkan terkesan teks yang digunakan atau bahasa yang digunakan dianggap sedikit vulgar. Permainan teks, warna dan pemilihan tipografi sangat mempengaruhi. Dimana warna pink yang diidentitaskan sebagai sebuah warna khusus wanita yang memiliki kelembahlembutan dan pesona menjadi dominan, yang disesuaikan dengan warna baju dari model tersebut. Fokus atau kontras ditujukan kepada pembaca melalui warna pink, mulai dari warna Majalah tersebut, pakaian dan rubrik penting didominasi oleh warna pink. Maka secara otomatis mata kita akan tertuju kepada warna pink tersebut.
 5. Kadang-kadang menggunakan bahasa yang dipahami hanya kelompok tertentu. Sebagai contoh *shopaholic* yang biasanya hanya wanita mengerti. Artinya disini ada suatu kelas yang ingin disampaikan melalui bahasa-bahasa asing yang memang tidak mudah atau tidak umum untuk dipahami. Selain dari itu majalah ini sendiri memberikan banyak kolom untuk iklan didalamnya.
 6. Tidak banyak ruang kosong yang diberikan, dalam cover majalah seakan semua ruang dicoba untuk diberikan tulisan dan rubrik yang ada, sehingga mata menjadi lelah.
- Majalah Aneka Yess:
1. Sasaran menargetkan pembaca remaja muda berusia 13 sampai 19 tahun. Sehingga model dalam cover yang ditampilkan pun adalah remaja-remaja atau para bintang yang telah menjadi idola bagi para remaja. Aneka Yess mencoba menampilkan warna yang lebih lembut dan sesuai dengan remaja tentunya. Walaupun dalam edisi-edisi selanjutnya model yang dihadirkan bukan saja remaja tetapi juga wanita-wanita dewasa.
 2. Majalah ini diterbitkan dalam mingguan, sehingga informasi yang disampaikan lebih *up to date*. Selain dari itu majalah ini lebih banyak mengulas peristiwa pada remaja yang berlangsung atau akan berlangsung dan juga untuk meninjau peristiwa yang telah terjadi. Tetapi penempatan informasi dalam layout tersebut tidak maksimal. Tidak ada focus atau kontras yang kemudian hendak disampaikan kepada pembaca. Model dalam majalah tersebut tidak memberikan informasi yang cukup banyak, artinya tidak ada pembahasan secara khusus ataupun penting yang harus diketahui oleh si pembaca tentang model tersebut. Sehingga ini tidak akan mendongkrak penjualan atau ketertarikan dari si pembeli itu sendiri.
 3. Pemilihan warna tampak ramai dan berwarna-warni pada tata letak untuk menghindari kelelahan pembaca remaja dan mencerminkan jiwa dari remaja itu sendiri. Dalam beberapa artikel menggunakan bahasa gaul dan informal. Pemilihan teks terkadang tanpa disadari tidak sesuai dengan psikologi warna. Contohnya adalah dalam majalah tersebut ada artikel Happy Halloween dimana dibuat dengan menggunakan

model font yang seram. Tetapi yang menjadi fatal adalah bagaimana kemudian tulisan tersebut menggunakan warna orange disesuaikan dengan warna dari majalah ANEKA tersebut. Sedangkan menurut psikologi warna orange adalah suatu energy, kehangatan dan keseimbangan. Ini sangat kontras dengan tema Halloween yang berarti sesuatu yang menyeramkan, sehingga ini sangat kontras.

4. Dari segi proporsi, majalah ini hampir habis oleh gambar dari sang model. Sedikitnya perbedaan warna pada rubrik yang ditawarkan mengakibatkan akan menjadi saru bagi mata si pembaca. Tidak bermain lebih banyak dalam penggunaan tipografi dan penggunaan teks. Dalam proporsi jelas tidak seimbang, karena banyak ruang kosong yang tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh majalah ini.
5. Tidak ada sesuatu hal yang menarik bagi perempuan dewasa atau yang sudah mapan untuk membaca majalah ini. Selain dari itu majalah ini tidak mampu menghadirkan rubrik-rubrik yang mampu menarik minat pembeli selain dari kaum remaja puteri saja.

E. Kesimpulan dan Saran

Dari analisis layout yang digambarkan antara majalah *Cosmopolitan* dan *Aneka* memang karakteristik dua majalah itu sangatlah berbeda. Ada suatu kelas yang sangat timpang yang dihadirkan melalui layout tersebut, kelas remaja dan kelas wanita dewasa yang berwawasan luas. *Cosmopolitan* terkesan mewah dimulai dari tema yang dihadirkan yang berhubungan dengan wanita dewasa seperti berita, artikel dan gaya hidup bahkan dengan gaya hidup bebas kalangan dewasa. Foto yang dihadirkan memiliki nilai artistik dengan model yang terkenal sehingga tidak jarang konsumen mengoleksi majalah tersebut walau edisinya telah lama.

Selain dari itu, informasi yang disajikan bukan saja yang menjadi tren di

dalam negeri saja, tetapi juga yang menjadi tren di luar negeri sehingga sipembaca akan merasa menjadi sama dan akan merasa tidak akan tertinggal tren karena telah sesuai dengan apa yang menjadi trend setter di dunia saat ini.

Sedangkan majalah *Aneka Yess* tetap memegang konsep sebagai majalah remaja dengan konsep keceriaan dan warna-warna remaja. Majalah ini tidak dapat dikatakan sama dengan majalah *cosmopolitan*. Sehingga sangat jarang kita jumpai seorang wanita karir ataupun perempuan dewasa yang membaca majalah *Aneka* ini. Ini bukan dilatarbelakangi bahwa isi dari majalah ini tidak baik atau tidak bagus, tetapi ini disebabkan karena layout yang ditawarkan kepada konsumen memberikan arti dan kelas tertentu, sehingga konsumen secara sadar ataupun tidak membuat keputusan dan perbedaan kelas dalam pemikirannya.

Oleh karenanya, sungguh sangat penting apabila kemudian para desainer ataupun yang majalah yang menerbitkan layout pada cover depan majalah ini kemudian berpikir untuk lebih menyempurnakan kembali tentang bagaimana kemudian kedudukan dari elemen-elemen layout tersebut menjadi suatu kesatuan yang mendukung diantara mereka. Karena bagaimanapun kesan pertama seorang konsumen terletak bagaimana cover layout depan dari majalah tersebut, jika kemudian menarik dan sesuai dengan kebutuhan informasi, maka si pembaca tidak akan ragu untuk membelinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Peter & Thomas Luckmann (1990),
Tafsir Sosial atas Kenyataan:
Risalah tentang Sosiologi
Pengetahuan. Jakarta, LP3ES
- Bungin, Burhan (2009), Penelitian
Kualitatif. Jakarta: Kencana
----- (2008), Konstruksi Sosial
Media Massa. Jakarta: Prenada
Media Group
- Budiman, Kris (2003), Semiotika Visual.
Yogyakarta: Yayasan Seni Cemeti
- Eriyanto (2001), Analisis Wacana,
Pengantar Analisis Teks Media,
Yogyakarta: LKIS
-----, Analisis Framing;
Konstruksi, Ideologi dan Politik
Media, Yogyakarta: LKIS.
- Griffin, Emory A (2003). A First Look at
Communication Theory, 5th
edition. New York
McGraw-Hill.
- Hendratman, Hendi (2008). Computer
Graphics Design, Bandung: Informatika
Bandung
- Jefkins, Frank (2003), Periklanan Edisi
Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat (2007), Teknik
Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Kusriyanto, Adi (2004), Tipografi
Komputer Untuk Desainer Grafis.
Yogyakarta: Andi
----- (2007), Pengantar Desain
Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi
- Littlejohn, S. & Foss, K. (2009). Theries of
Human Communication (Terj.
Hamdan, Yusuf). Jakarta: Salemba
Humanika.
- Miller, Katherine (2005). Communication
Theories. USA: Macgraw-Hill.
- Moleong, Lexy (1998). Metodologi
Penelitian Kualitatif. Bandung:
Rosdakarya
- Rustan, Surianto (2009). Mendesain Logo.
Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
----- (2009). Layout. Jakarta:
PT. Gramedia Pustaka
- Sobur, Alex (2006), Analisis Teks Media,
Suatu Pengantar Untuk Analisis
Wacana, Analisis Semiotik dan
Analisis Framing. Bandung:
Rosdakarya
----- (2006), Semiotika
Komunikasi. Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya
- W. Laurence Neuman. (2006). Social
Research Methodes, Qualitative and
Quantitative Approaches. Boston:
Pearson Education.
- Wibowo, Indiwana (2011), Semiotika
Komunikasi. Jakarta: Mitra Wacana
Media

