BAB II

WARNA DAN FUNGSI TIPOGRAFI PADA SAMPUL MAJALAH

II.1 Tinjauan Warna

II.1.1 Pengertian Warna

Saat ini penggunaan warna dalam bidang desain merupkan suatu hal yang mutlak. Warna memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu pesan yang terdapat pada suatu bidang media. Dalam desain dan seni, warna merupakan salah satu dari unsur unsur desain/seni. Oleh karenanya seorang desainer atu seniman haruslah dapat menyajikan suatu komposisi warna yang sesuai terhadap suatu bidang media dan bentuk informasi yang digunakanya. Menurut Sanyoto (2009) “Warna dapat didefenisikan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan”(h.11). Dari defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa warna hanya dapat dirasakan jika terdapat cahaya dan indra penglihatan (mata). Warna yang merupakan bagian dari indra penglihatan merupakan refleksi dari pantulan cahaya terhadap sebuah benda/objek yang tampak. Suryana menjelaskan (2011) ”setiap indera memberikan respon pada kekuatan fisik tertentu. Mata sangat sensitif terhadap getaran elektromagnetik yang disebut cahaya yang tampak”

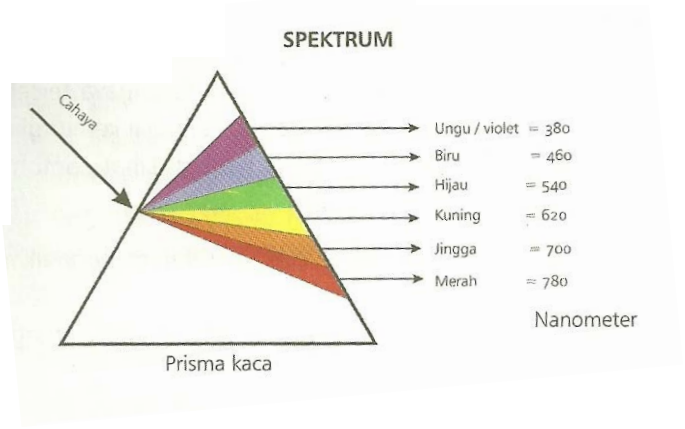
Dalam bidang desain dan seni, penyajian warna digunakan untuk beberapa tujuan seperti, menarik perhatian *target audiens* dengan memberikan penekanan terhadap suatu elemen atau bentuk informasi yang kontras atau bahkan seirama dengan warna. Oleh itu, selain sebagai unsur desain yang dapat memberikan nilai nilai estetika, warna juga dapat memberikan kesan psikologis tertentu terhadap *target audiensn*ya, kesan psikologis dari seseorang terhadap warna dapat berbeda beda, hal ini terjadi karena setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda terhadap lingkungan yang kemudian membentuk persepsi yang berbeda pula terhadap warna.

II.1.2 Klasifikasi Warna

Menurut terjadinya warna dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu warna *additive* dan *subtractive.* Warna *additive* adalah warna yang tampak dan berasal dari cahaya atau disebut sebagai spektrum/*additive color system* yang diterapkan pada media media elektronik. Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari pigmen yang diterapkan pada media media cetak. (Sanyoto, 2009, h.13). berikut adalah penjelasanya.

- Warna *Additive* (Spektrum)

  Warna *addtive* merupakan warna yang muncul dari cahaya. Warna pokok cahaya adalah merah (*red*), biru (*blue*) dan hijau (*green*) atau biasa disebut sebagai warna RGB. Sanyoto menjelaskan (2009) "Cahaya biru dipadukan dengan cahaya merah dan cahaya hijau menghasilkan cahaya putih jernih/ bening/ cahaya terang siang hari/ gabungan dari spektrum cahaya. Putih berarti memuat semua spektrum cahaya". Sistem warna RGB yang merupakan pencampuran cahaya digunakan oleh media media elektronik. Seperti televisi, monitor, proyektor, *smartphone* dan lain lain.

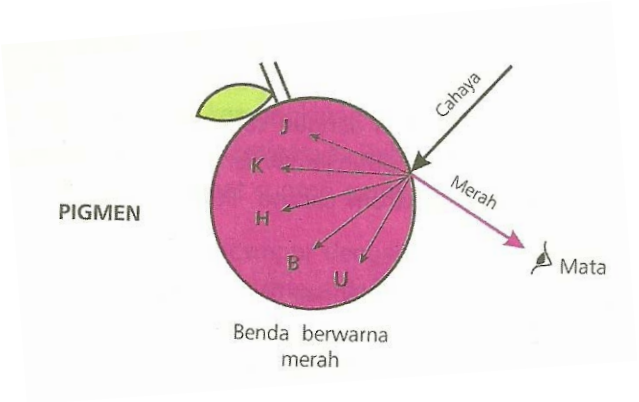


Gambar II.1.1 Spektrum Cahaya

Sumber : Nirmana Elemen Seni dan Desain (2009,h.13)

- Warna *Subtractive* (Pigmen)

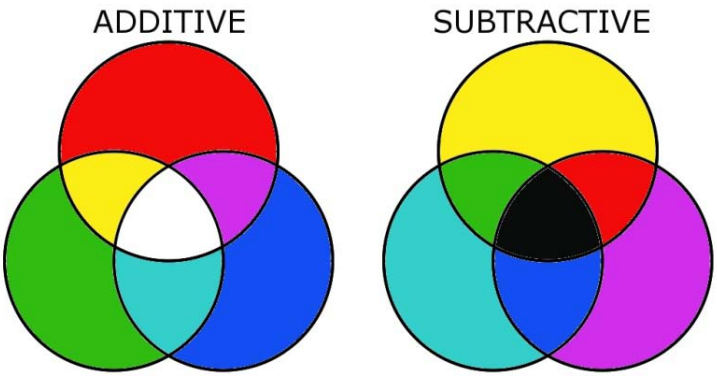
Warna *subtractive* atau pigmen merupakan warna yang terjadi akibat pantulan cahaya terhadap objek/benda dengan warna bahan. Sanyoto (2009) berpendapat " Warna bahan sesungguhnya terdiri atas dua jenis, yaitu : (1) warna bahan tinta cetak (print komputer dan offset). (2) Warna bahan cat (cat air, cat poster, cat akrilik, cat minyak dan lain lain)"(h.19). Warna utama pigmen terdiri dari warna biru muda (*cyan*), merah muda (*magenta*) dan kuning (*yellow*). Atau biasa disebut sebagai CMY namun pada system komputer disebut sebagai CMYK penambahan K (*Black*) dikarenakan setiap warna pigmen mengandung unsur gelap/hitam.



Gambar II.1.2 Warna Pigmen

Sumber : Nirmana Elemen Seni dan Desain (2009,h.13)

Kombinasi warna pigmen dapat menghasilkan warna warna lainya. seperti warna *magenta* (merah muda) dicampur dengan warna *cyan* (biru muda) dapat menghasilkan warna ungu (*violet*), warna *magenta* dengan kuning menghasilkan warna jingga (*orange*), warna *cyan* dengan warna kuning (*yellow*) akan menghasilkan warna hijau, dan kombinasi warna *cyan*, *magenta* dan *yellow* akan menghasilkan warna hitam. Warna CMYK sendiri digunakan untuk media media cetak, seperti majalah, buku, poster ,*x banner*, *flyer* dan lain lain.



Gambar II.1.3 Perbedaan warna additive dan subtractive

Sumber : http://lucaskrech.com/blog/index.php/2010/01/22/color-theory-basics-additive-and-subtractive-color-mixing (6 Juli 2013)

II.1.3 Dimensi Warna

Didalam warna *subtractive* yang terdiri dari *cyan, magenta* dan juga *yellow*. Terdapat tiga dimensi warna yang dikenal sebagai *hue, value* dan juga *chroma*. *Hue* merupakan realitas/rona/corak suatu warna, yaitu jenis warna dan nama warna. *value* adalah terang gelap warna dan *chroma* adalah intensitas warna yang akibat dari penyerapan atau peredaman warna/*saturation*. (Sanyoto, 2009, h.24). ketiga dimensi warna tersebut berhubungan satu dengan yang lain, sehingga penjelasan dari dimensi warna dapat diuraikan sebagai berikut :

II.1.3.1 *Hue* (Corak Warna)

Suryana menjelaskan (2011) “Corak warna, berkaitan dengan apa yang biasa kita anggap sebagai nama warna tertentu, misalnya merah, hijau dan lain sebagainya yang dihubungkan dengan panjang gelombang cahaya untuk membedakan warna”(h.12), Oleh karenanya, *hue* menjadikan nama warna sebagai identitasnya. Sayanto (2009) berpendapat “terdapat lima kalsifikasi warna, yaitu warna *primer*, *sekunder*, *intermediate, tersier*, dan *kuarter*”(h..24). Berikut penjelasanya :

- Warna Primer

  Warna prime*r* atau yang sering disebut sebagai warna pokok/utama adalah *Cyan* (Biru muda), *Magenta* (merah muda) dan juga *Yellow* (kuning). Warna ini merupakan warna pokok. Karena warna primer tidak dapat dihasilkan dari warna lain, melainkan warna primer adalah warna yang dapat menghasilakan warna warna lainya.

- Warna Sekunder

  Warna sekunder atau warna kedua merupakan warna yang muncul dari kombinasi warna warna primer. Kombinasi warna *magenta* dan *yellow* (kuning) akan menghasilakan warna jingga, warna magenta dan *cyan* akan menghasilkan warna ungu (*violet*) dan warna *cyan* dan *yellow* (kuning) akan menghasilkan warna hijau.

- Warna *Intermediate*

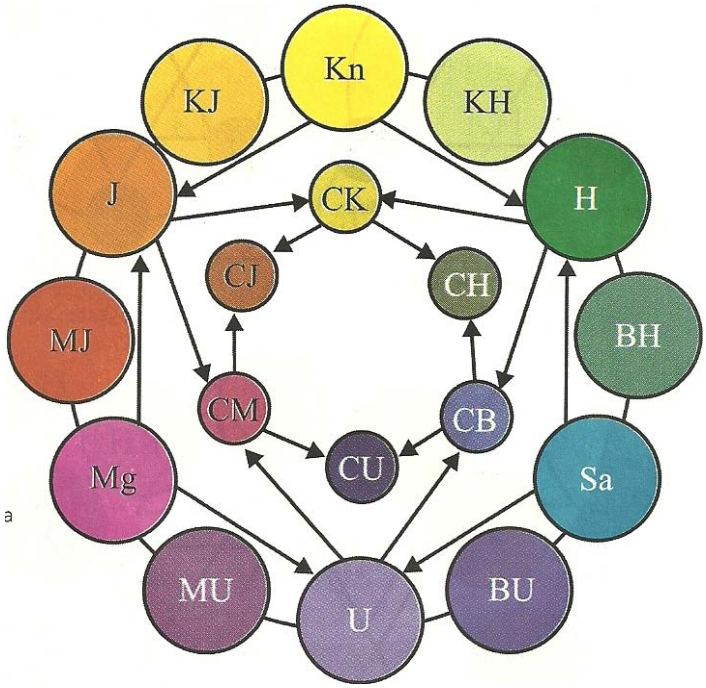
  Dalam lingkaran warna, warna *intermediate* merupakan warna perantara yang berada diantara warna primer dan warna sekunder. Warna *intermediate* adalah kuning hijau, kuning jingga, merah jingga, merah ungu, biru violet, biru hijau.

- Warna Tersier

  Warna tersier adalah biasa disebut sebagai warna ketiga, yang merupakan hasil kombinasi dari dua warna sekunder. Kombinasi masing masing warna sekunder akan menghasilkan warna cokelat kuning, coklat merah, dan cokelat biru.

- Warna Kuarter

  Warna kuarter adalah warna keempat, yang merupakan hasil kombinasi dari dua warna tersier. masing masing kombinasi dua warna tersier akan menghasilkan warna coklat jingga, coklat hijau, dan coklat ungu.



Gambar II.1.4 Jenis Warna

Sumber : Nirmana Elemen Seni dan Desain (2009,h.29)

Warna Primer : Mg (*Magenta*) , Sa (Cyan) , Kn (Kuning/Yellow)

Warna Sekunder : U (ungu), H (Hijau), J (jingga)

Warna *Intermediate* : BU (biru ungu), BH (biru hijau), KH (kuning hijau)

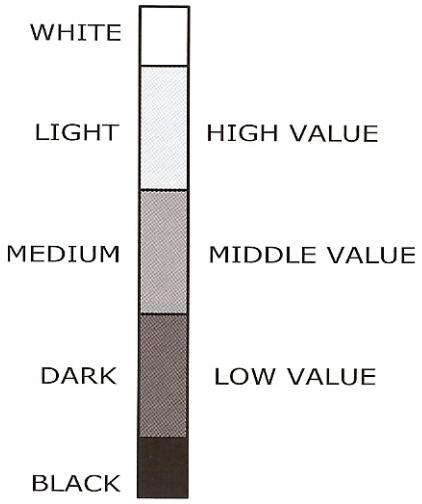
KJ (kuning jingga), MJ (merah jingga), MU (merah ungu)

Warna Tersier : CK (coklat kuning), CB (cokelat biru) , CM (cokelat merah)

Warna Kuarter : CU (cokelat ungu), CH (coklat hijau), CJ (coklat jingga)

II.1.3.2 *Value*

Sandiningrat (2011) menjelaskan " *Value*, berkait dengan terang-gelapnya warnya, menunjukkan kualitas sinar yang direfleksikan oleh sebuah warna atau menjunjukkan gelap terangnya warna, dilakukan dengan menambahkan warna putih atau hitam"(h.17). *Value* dapat ditemukan pada setiap objek atau benda.kualitas cahayalah yang menentukan *value* suatu objek atau benda tersebut. *Value* berfungsi untuk menciptakan atau menilai sebuah karya seni. Sanyoto (2009) berpendapat " *value* terang mempunyai karakter positif, bergairah, meriah, feminim, manis, ringan, dan lain lain tatapi ada kesan murung. *Value* normal mempunyai karakternya tegas, jujur ,jantan, murni, terbuka dan galak. *Value* gelap mempunyai karakter berat, dalam, muram, mengerikan, menakutkan. (h.63)



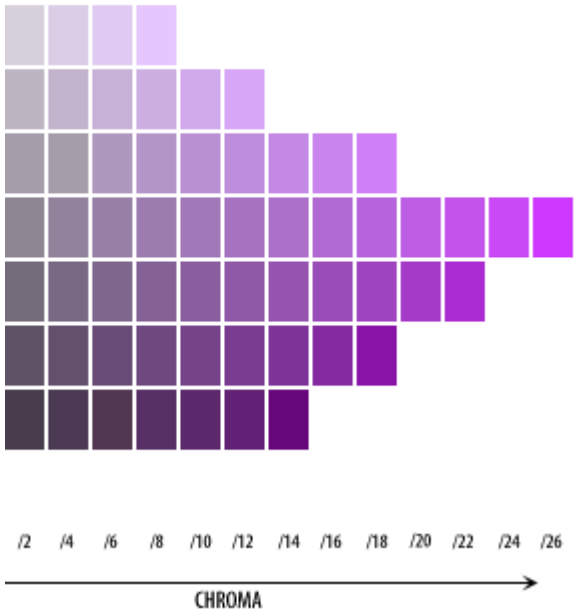
Gambar II.1.5 Skala *Value*

Sumber : http://maggiemaggio.com/color/tutorials/color-inspirations-exercises/saturday-school-2-sorting-values/ (20 Juli 2013)

Value dapat memberikan pengaruh psikologis terhadap seseorang yang melihat suatu warna, sebagai contoh, *value* yang saling berdekatan dapat memberikan kesan harmonis dan tenang. *Value* yang berjauhan dapat memberikan kesan kontras, tajam dan bahkan bertentangan. *Value* yang terang dapat merefleksikan cahaya sehingga memperkuat warna yang ada diatasnya.

II.1.3.3 *Chroma* (*Saturation*)

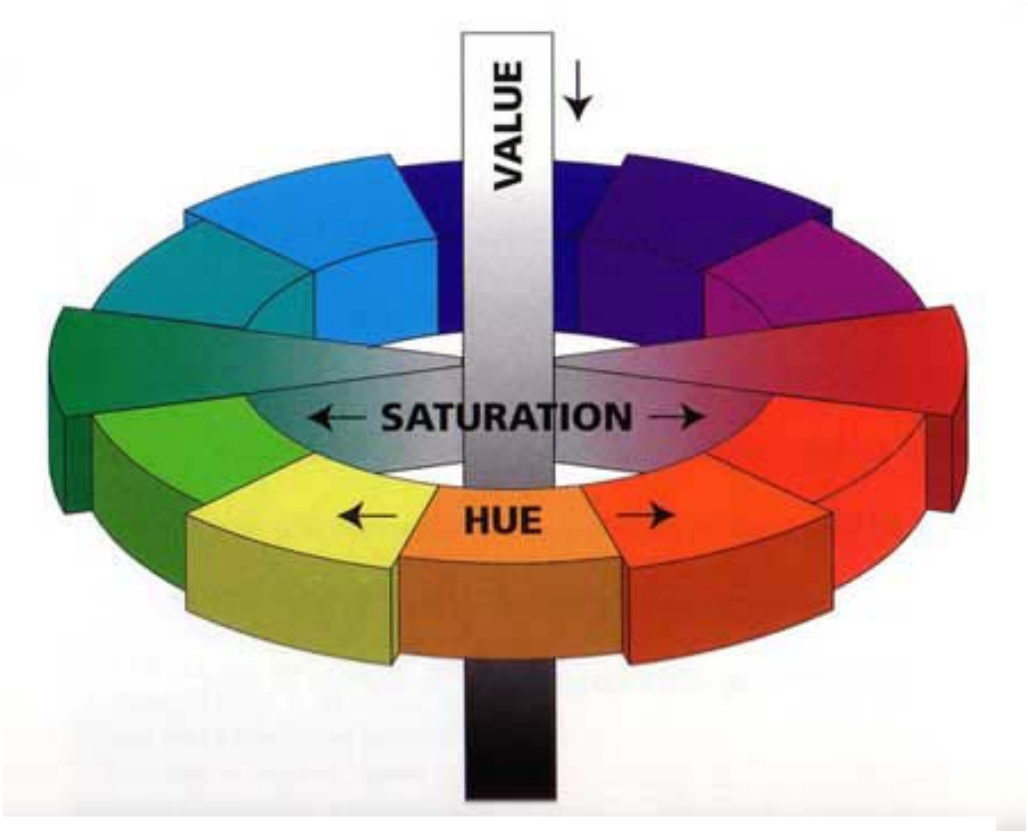
Chroma atau dapat disebut juga sebagai intensitas warna merupakan bagian dari dimensi warna. Sanyoto (2009) menjelaskan " Guna *chroma* adalah untuk mengubah karakter warna. misalnya warna merah murni yang berkarakter garang, ganas, menyala, panas, merah dan sebagainya, akan berubah karakternya menjadi lemah lembut, sopan, tenang, teduh dan sejenisnya, setelah dicampur dengan warna komplemen, yaitu hijau. Demikian pula untuk warna warna (*hue)* yang lain akan berubah karakternya jika dicampur dengan warna komplemen masing masing"(



Gambar II.1.6 Skala *Chroma*

Sumber : http://dba.med.sc.edu/price/irf/Adobe_tg/models/munsell.html (20 Juli 2013)

Dari uraian dimensi warna diatas yang terdiri dari *hue, value,* dan *chrome*. Maka dimensi warna dapat dihubungkan seperti gambar dibawah ini :



Gambar II.1.7 Dimensi warna

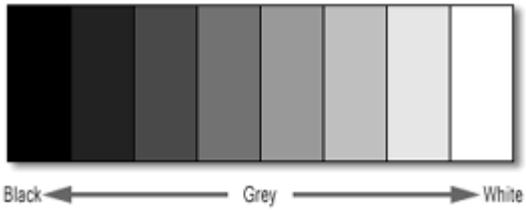
Sumber: http://www.mmlab2.rlc.dcccd.edu/artc1353n03/Assignments/unit1/Color.html (20 Juli 2013)

II.1.4 Komposisi Warna

Dalam warna terdapat beberapa komposisi yang dapat membangun keselarasan terhadap suatu bentuk/bidang. Sandiningrat (2011) menjelaskan "dalam sebuah desain, komposisi warna sangat penting, komposisi berarti *to compose*, yang berarti mengarang, menyusun, atau mengubah" (h.18). komposisi warna terbagi menjadi 8 bagian, yaitu :

1. Warna Akromatik

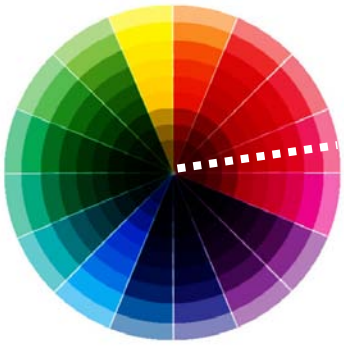
   Warna akromatik merupakan kombinasi dari warna hitam dan putih saja. Atau dalam percetakan lebih dikenal sebagai warna *Grayscal*e. Kombinasi warna ini akan menciptakan warna abu abu.



Gambar II.1.8 Warna Akromatik

Sumber:http://www.konicaminolta.com/yourcolours/colour_knowlege_seminar/c_ knowlege_ seminar006.html (20 Juli 2013)

2. Warna Monokrom/Netral



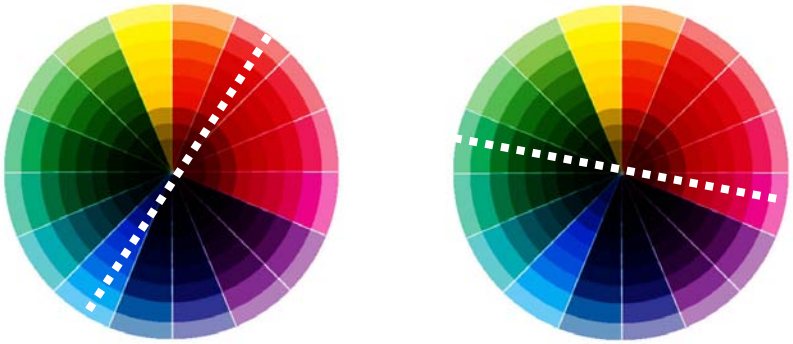
Gambar II.1.9 Warna Monokrom

Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

Warna monokrom merupakan warna yang hanya berada pada satu garis pada lingkaran warna saja. Monokrom sama dengan satu warna *hue* yang dikombinasikan dengan *value* (terang dan gelap) saja. Warna ini memiliki kesan monoton, sederhana namun terlihat rapih dan resmi.

3. Warna Komplementer

   Sandiningrat (2011) menjelaskan "Komposisi warna kontras komplementer adalah warna warna yang bertentangan tetapi saling melengkapi. Kombinasi ini dibentuk dari warna warna yang berlawanan atau berseberangan pada lingkaran warna. (h.20) Warna komplementer yang kontras sering digunakan pada karya karya WPAP.



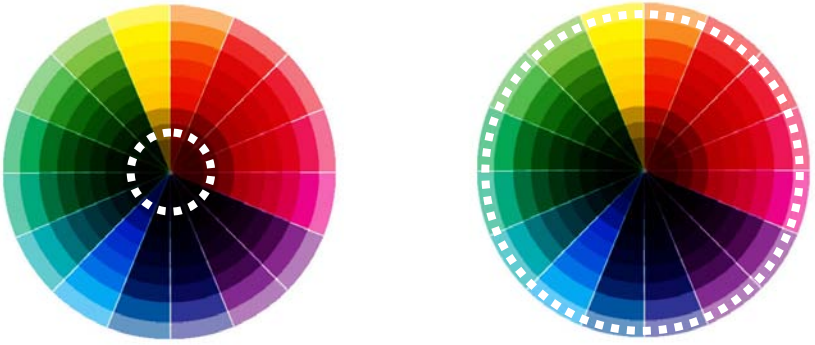
Gambar II.1.10 Warna komplementer

Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

4. Warna Pastel dan *Dark*

   Warna pastel adalah warna yang mendekati warna putih/terang pada lingkaran warna. warna pastel biasa disebut juga sebagai warna sephia. Warna pastel berkesan tenang dan rileks, warna pastel mencerminkan keindahan dan feminisme. Sedangkan warna

dark adalah warna yang kebalikan dari warna pastel. Warna dark merupakan warna yang mendekati warna hitam pada lingkaran warna. warna ini melambangkan kekuatan, misteri dan juga ketakutan



Gambar II.1.11 Warna *Dark* dan pastel

Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

5. Warna Analog

Warna analog adalah *hue* pada lingkaran warna yang posisinya bersebelahan. Contohnya adalah, warna hijau-kuning, kuning-orange, dan lain lain Komposisi warna analog adalah merupakan komposisi warna yang sering dianggap sebagai komposisi warna yang harmonis. Perubahan corak warna yang *smooth* (halus), dapat memberikan nilai estetik terhadap suatu bidang media.

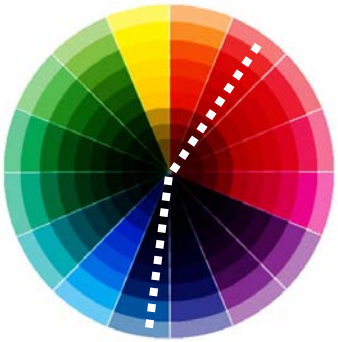


Gambar II.1.12 Warna Analog

Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

6. Warna *Clash*

   Hendratman (2010) berpendapat "adalah 2 warna yang berlawan-an (*komplementer*), tetapi menyimpang/bergeser 1 *hue*. Sesuai namanya '*clash*' adalah warna yang tidak harmonis/ bertentangan/ tabrakan sehingga kombinasi warna tersebut tidak enak dipandang"(h.51). Kombinasi warna ini jarang diterapkan media media cetak, namun dengan teknik tertentu kombinasi warnan ini dapat terlihat unik dan inovatif.

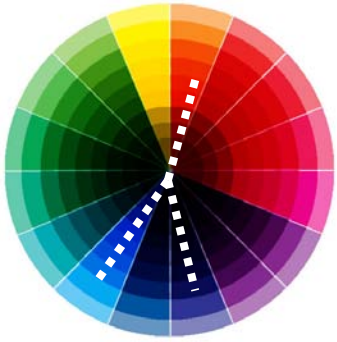


Gambar II.1.13 Warna Clash

Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

7. Warna Split Komplementer

   Split komplementer merupakan warna yang terdiri dari 3 warna yang tidak harmonis. Sanyoto (2009) menjelaskan "Split/bias komplemen yaitu warna warna yang berseberangan pada lingkaran warna, tetapi menyimpang ke kiri atau ke kanan. Warna warna bias komplemen macamnya tidak cukup banyak pada lingkaran warna karena tiap tiap *hue* memiliki dua komplemen bias atau bahkan empat komplemen bias."(h.38).

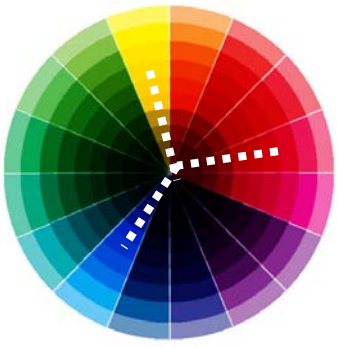


Gambar II.1.14 Warna Split Komplementer

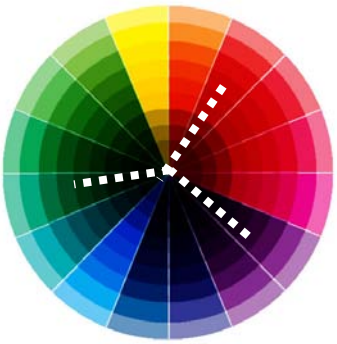
Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

8. Warna Trangle Primer Sekunder dan Tersier

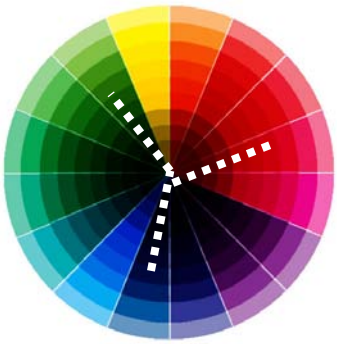
Warna trangle merupakan warna yang terdiri dari kombinasi dari warna primer, sekunder dan tersier. warna ini membentuk segitiga sama sisi yang dibuat dalam lingkaran warna, seperti merah-biru-kuning, pada warna primer. Jingga-ungu-hijau pada warna sekunder dan lain lain.



Warna Primer



Warna Sekunder



Warna *Intermediate*

Gambar II.1.15 Triangle Primer, Sekunder, Dan *Intermediate*

Sumber:http: http://puddingcreative.blogspot.com/2012/01/if-your-brand-were-colour-branding-tips.html (20 Juli 2013)

II.1.5 Psikologi Warna

Holtzschue (2013) Menjelaskan "*Color is sansed by the eye, but the perception of color takes place in the mind, and not necessarily at the conscious level. color are understood in context. they are experienced at different lever of awreness depending on how and where they are seen. color may be perceived as an aspect of form, as light or as sorroundings. colors premeate the environment, are an attribute of objects, and communicate without word*"(h.4). Oleh sebab itu, persepsi oleh setiap orang terhadap makna sebuah warna pasti akan berbeda beda tergantung dari pengalaman yang diperolehnya.

Warna secara psikologis dapat membentuk atau menandakan kenangan, ideologi, emosi dan juga kepribadian. Hal tersebut dapat diciptakan melalui warna yang harmonis. Warna yang harmonis secara psikologis diklasifikasikan menjadi *smell* (bau yaitu aroma atau wangi dan lain lain) , *taste* (cita rasa, seperti manis, asam, pahit dan lain lain), *sight* (rupa, yaitu terang, gelap, halus dan lain lain), *tactile* (peraba, yaitu halus, kering, hangat dan lain lain, dan *hearing* (pendengaran yaitu irama, selaras dan lain lain) (Kuno, 2012, h.2).



Gambar II.1.16 Warna Harmonis

Sumber : Tasteful Color Combination (2012, h.2)

II.1.5.1 Makna Warna

Penyajian warna terhadap suatu bidang media akan mempengaruhi sisi psikologis *target audien*ya. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pengaruh lingkungan, setiap manusia akan memaknai suatu warna dengan berbeda beda, namun secara universal pemaknaan terhadap warna dapat diuraikan sebagai berikut :

- Warna Merah

  Warna merah merupakan warna yang melambangkan banyak hal, seperti nafsu, aktif, agresif, gairah, semangat , energik, berani , bahaya, positif, panas dan lain lain. Warna merah sering digunakan sebagai tanda stop, lampu rem kendaraan, pemadam kebakaran dan lain lain.
- Warna Biru

  Warna biru merupakan warna yang melambangkan ketenangan, kepercayaan, keamanan, sejuk dan lain lain. Warna biru berasosiasi kepada air laut, langit, es dan lain lain
- Warna Kuning

  Warna kuning melambangkan optimisme, harapan, tanang, hangat, kemenangan, kegembiraan, humor dan lain lain. Sanyoto (2010) berpendapat “kuning cerah adalah warna emosional yang menggerakkan energi dan keceriaan, kejayaan, dan keindahan, kuning emas melambangkan keaguangan, kemewahan, kejayaan, kemegahan, kemuliaan, dan kekuatan.(h.46).
- Warna Jingga

  Warna jingga adalah yang merupakan kombinasi dari warna kuning dan warna merah melambangkan optimisme, harapan, gembira, santai, anugerah, keseimbangan dan lain lain.
- Warna Ungu

  Warna ungu merupakan kombinasi dari warna biru dan merah, warna ini melambangkan kewibawaan, arogansi, spiritual, miste-ri, sombong keangkuhan dan lain lain.

- Warna Coklat

  Warna coklat adalah kombinasi dari beberapa warna seperti halnya warna tersier, warna coklat berasosiasi kepada tanah. Warna ini melambangkan kesopanan, bijaksana, hemat, hormat, kehormatan dan lain lain.

- Warna Abu Abu

  Abu-abu/*grey* melambangkan intelektualitas, millennium, futuristik ,kesederhanaan, sedih dan lain lain. Abu abu berasosiasi dengan suasana suram, dan mendung. warna abu abu adalah warna yang berada diantara warna hitam dan putih.

- Warna Putih

  Sanyoto (2010) menjelaskan " putih warna paling terang. Putih berasosiasi ada salju didunia barat. Adapun di Indonesia, wana ini berasosiasi pada sinar putih berkilauan, kain kafan, sehingga dapat menakutkan pada anak anak"(h.49). putih melambangkan suci, bersih, sehat, tidak bersalah dan lain lain.

- Warna Hitam

  Warna hitam melambangkan kekuatan, misteri, kejahatan, kematian, ketakutan, kesedihan, anggun dan lain lain. Hitam adalah gabungan dari 3 warna primer pada pigmen.

II.2 *Layout* dan Tipografi Dalam Sampul Majalah

II.2.1 Fungsi Tipografi Dalam *Layout*

Perkembangan teknologi memberikan persepsi yang berbeda dalam beberapa bidang keahlian dalam mendefenisikan *layout. Layout* tidak hanya terdapat dalam bidang ilmu desain grafis saja, tetapi *layout* juga diterpakan pada bidang desain interior, arsitektur, planalogi dan lain lain. Oleh karena itu *layout* memiliki defenisi yang berbeda beda oleh setiap bidang bidang tertentu. Dalam desain interior, *Layout* dapat diartikan sebagai menata ruang, menata posisi meja, kursi, kasur dan lain lain. Lain pula dengan arsitektur yang berfokus pada raung publik, ruang kantor dan lain lain. Sedangkan dalam desain grafis, Hendratman (2008) menjelaskan "Tata Letak/*Layout* adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur unsur komunikasi grafis (*teks*, gambar, tabel dan lain lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif" (h.85). Istilah lain yang sering digunakan diera komputer adalah *Desktop Publishing*, yang menggabungkan unsur personal komputer dan program/*software* untuk menghasilkan sebuah tatanan desain *layout* yang menarik. Namun, belakangan ini tata letak/*layout* menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam pembuatan dan perancangan desain grafis khususnya pada media media yang berfiat statis atau dua dimensi, sehingga pemahaman mengenai desain tata letak/*layout* harus dapat dipahami agar pesan dapat tersampaikan dengan menarik. Proses me*layout* terhadap suatu bidang menggunakan unsur unsur desain seperti titik, garis, *warna* yang bila dikombinasikan akan membentuk sebuah bidang/bentuk yang baru salah satunya adalah tipografi.

Kusrianto (2006) Menjelaskan "Didalam desain grafis, tipografi didefenisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, Menyusun meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki" (h.190). Didalam *layout* tipografi tidak hanya berupa atau huruf saja, tetapi juga dapat dalam bentuk angka atau simbol simbol yang terdapat dalam keyboard komputer. Tipografi sendiri berfungsi dan digunakan sebagai : *headline*/Judul, *deck*, *byline*, *body teks*,

subhead, *caption*, *callouts*, *kickers*, spasi, *indent*, *jump*, *signature*, *nameplate*, nomor halaman, catatan kaki, *running head*, *initial caps*, dan lain lain (Rustan, 2009, h.27). Berikut penjelasanya.

- *Headline*

  Adalah informasi utama yang ingin disampaikan terletak pada halaman terdepan dan dengan ukuran yang lebih besar.
- *Nameplate*

  Adalah nama surat kabar, majalah, tabloid atau newsletter yang dibuat dalam ukuran yang besar diletakkan pada bagian atas halaman depan pada surat kabar, majalah, tabloid atau newsletter tersebut.
- *Deck*

  Adalah gambaran singkat tentang topic yang dibicarakan dibodyteks.
- *Byline*

  Adalah berisi nama penulis,disertai dengan jabatan atau keterangan singkat lainya.
- *Kickers*

  Adalah satu atau beberapa kata kata pendek yang terletak diatas judul, yang berfungsi untuk memudahkan pembaca menemukan topic yang diinginkan dan mengingatkan lokasinya saat membaca artikel tersebut.
- *Running Head*

  Adalah judul buku, bab/topic yang sedang dibaca, nama pengarang dan informasi lainya yang berulang ulang ada pada pada tiap halaman.
- *Subhead*

  Adalah judul bagian dari headline yang berada diantara *headline* dan juga *bodyteks*.
- *Caption*

  Adalah keterangan singkat yang menyertai elemen visual.
- Keterangan Waktu

  Adalah bagian yang menunjukkan waktu edar majalah
- Keterangan Harga

  Adalah bagian yang menunjukkan jumlah biaya/harga majalah

Berikut adalah contoh anatomi sampul majalah berdasarkan unsur/elemen teksnya:



Gambar II.2.1 Fungsi Tipografi Pada Sampul Majalah

Sumber : http://rentakartis.com/g ambar-siti-saleha-jadi-cover-majalah-remaja ogos-2011/# (05 Mei 2013)

II.2.2 Jenis Tipografi

Pujirianto menjelaskan (seperti yang dikutip sandiningrat, 2011) Tipografi dikelompokkan berdasarkan struktur anatominya menjadi 4 kelompok /bagian besar yaitu *serif, sans serif, script* dan *dekoratif*. Berikut penjelasanya.

1. ***Serif***

   Serif adalah huruf yang memiliki kait pada ujungnya. Huruf ini populer sebelum abad 19. Serif memiliki kesan klasik, anggun, dan elegan.Huruf serif sering digunakan pada media media cetak seperti koran, jurnal, brosur dan lain lain.

   Contoh huruf *Serif :*

   - Times New Roman

     A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

     a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

     1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

     ! @ # $ % ^ & * ( )

   - Garamond

     A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W Z Y Z

     a b c d e f g i j k l m n o p q r s t u v w x y z

     1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

     ! @ # $ % ^ & * ( )

2. ***San Serif***

   San serif adalah kebalikan dari *serif* yang tidak memiliki kait. *San serif* hanya memiliki batang dan tangkainya saja. Huruf ini populer setelah abad 19. Huruf ini bersifat tidak formal dan sederhana. namun sangat mudah untuk dibaca. *San serif* adalah huruf yang cenderung digunakan pada media media elektronik seperti *Headline website,* cd Interaktif, *opening/into* flim dan lain lain

   Contoh huruf *Sans Serif :*

- Arial

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  ! @ # $ % ^ & * ( )

- Calibri

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  ! @ # $ % ^ & * ( )

3. *Script*

Script adalah huruf yang terlihat seperti tulisan tangan yang menyambung. Huruf ini berkesan tradisional, informal, pribadi dan lain lain. Namun huruf ini tidak terlalu mudah untuk dibaca sehingga jarang digunakan sebagai *bodyteks* dalam sebuah media.*Script* cenderung digunakan untuk media cetak seperti undangan pernikahan, ulang tahun, upacara tradisional dan lain lain.

Contoh huruf *Script :*

- *Adorable*

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  *! @ # $ % ^ & * ( )*

- Lucida Handwriting

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

*! @ # $ % ^ & * ( )*

4. *Dekoratif*

Dekoratif merupakan huruf yang didesain sangat detail, kompleks dan rumit, dan cenderung menampilkan ornamen ornamen untuk memberikan kesan yang mewah, bebas, tradisional dan lain lain. Huruf ini muncul akibat kebutuhan dunia periklanan dalam menampilkan informasi berupa *headline* atau slogan/*tagline*. Namun,sama hal nya seperti huruf *script* jenis huruf ini juga terlihat sulit untuk dibaca. Karena itu jenis huruf *dekoratif* umumnya hanya diletakkan pada judul/*headline* atau slogan yang menampilkan beberapa kata saja.

- GRECIAN FORMULA

  ά β c δ έ ϐ ϛ h ί ϳ κ l м ή ό ρ φ ʀ ς τ ύ v ώ χ γ ζ

  α β c δ ε ϐ ϛ h ι ϳ κ l м η ο ρ φ ʀ ς τ υ v ω χ γ ζ

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  .π

- 1454 Gütenberg Bibel

  𝔄 𝔅 ℭ 𝔇 𝔈 𝔉 𝔊 ℌ ℑ 𝔍 𝔎 𝔏 𝔐 𝔑 𝔒 𝔓 𝔔 ℜ 𝔖 𝔗 𝔘 𝔙 𝔚 𝔛 𝔜 ℨ

  𝔞 𝔟 𝔠 𝔡 𝔢 𝔣 𝔤 𝔥 𝔦 𝔧 𝔨 𝔩 𝔪 𝔫 𝔬 𝔭 𝔮 𝔯 𝔰 𝔱 𝔲 𝔳 𝔴 𝔵 𝔶 𝔷

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

  !@#$% ^&*()

II.3 Tinjauan Majalah

II.3.1 Pengertian Majalah

Adiputra berpendapat (2006) “Majalah adalah salah satu media yang dalam penerbitannya berlangsung secara periodik, dan hal ini merupakan salah satu syarat penerbitan sebuah majalah. Jadi dapat dikatakan majalah adalah tempat penyimpanan berita dan artikel yang diterbitkan secara berkala, atau memiliki sistem periodik dalam penerbitannya.”(h.13). Majalah berfungsi sebagai penyampai informasi, menjual produk, menyebarkan paham, pendidikan dan lain lain. Majalah memiliki ukuran yang beragam, Namun pada umumnya majalah memiliki ukuran A4. Majalah adalah media informasi yang memiliki atau menggunakan hampir seluruh elemen elemen desain, sehingga tidak jarang ditemukan majalah majalah yang sangat inspiratif dan juga komunikatif jika dilihat dari sisi desainnya. Majalah umumnya terbit secara berkala mulai dari mingguan, bulanan bahkan beberapa bulan sekali.

Beberapa keunggulan majalah adalah :

- Sasaranya jelas,lebih tersegmen dan terspesialisasi
- Penyajian visual lebih menarik dibanding media cetak lain
- Waktu edar yang lebih lama.

Beberapa kelemahan majalah adalah :

- Biaya percetakan yang tinggi, karena kualitas visual dan media yang baik.
- Lebih mengutamakan kemenarikan bahan dari pada aktualitas.
- *Flexibility* kurang,karena ada *deadline* dalam pembuatan final *artwork* iklan.

II.3.2 Karakteristik Majalah

Setiap media cetak memiliki karakteristik yang berbeda-beda.begitu juga dengan majalah. Majalah sebagai salah satu media informasi yang populer memiliki karakteristik yang berbeda dengan media cetak lainya, Seperti, penyajian yang lebih dalam, nilai aktualitas yang lebih lama, ilustrasi dan foto yang lebih banyak, dan *cover* (sampul) sebagai daya tarik (Sandiningrat, 2011, h.34). Berikut Penjelasanya :

- **Penyajian yang lebih dalam**

Majalah umumnya terbit secara mingguan, bulanan, atau bahkan beberapa bulan sekali. Oleh karena itu jurnalis dari sebuah majalah memiliki waktu yang lebih untuk menyajikan dan mempelajari/ memahami suatu keadaan atau peristiwa yang akan mereka tampilkan pada majalah tersebut.

- **Nilai aktualitas yang lebih lama**

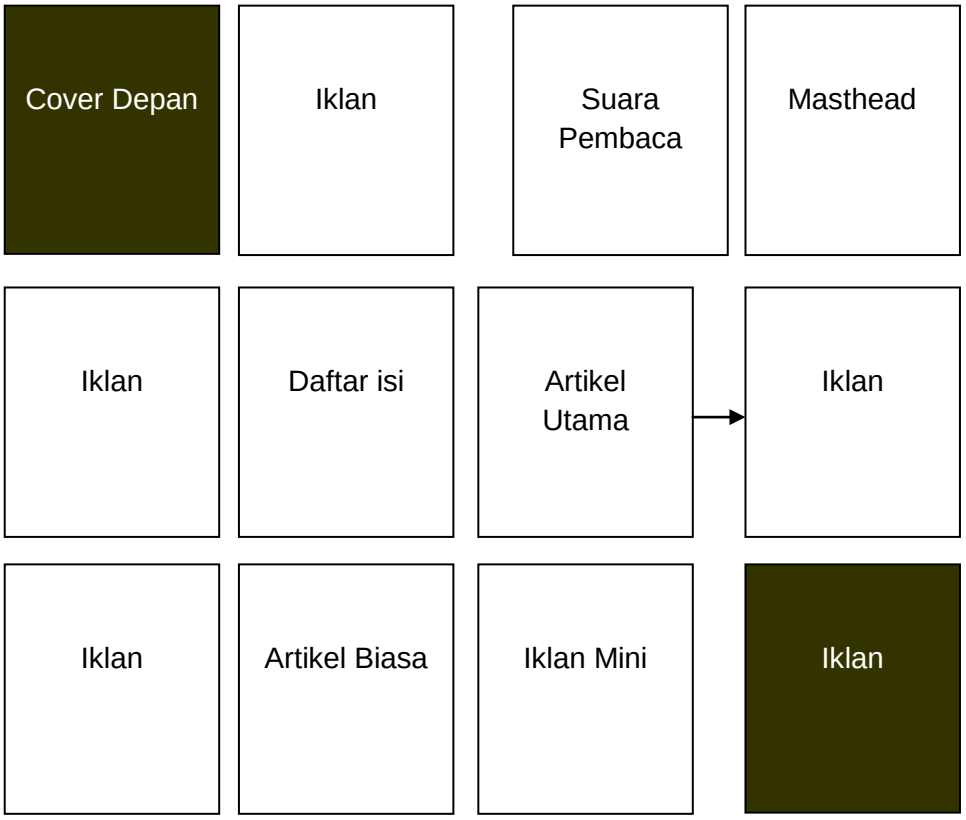
Nilai aktualitas adalah jangka waktu edaran dari sebuah majalah. Jika surat kabar/koran umumnya beredar hanya dalam waktu satu hari,maka majalah memiliki jangka waktu edaran yang lebih lama. Majalah biasanya beredar mingguan,bulanan,bahkan beberapa bulan sekali.hal ini memang menjadi salah satu karakteristik majalah karena majalah memiliki konten/rubrik yang lebih banyak dari media cetak lainya. Karena itu dibutuhkan waktu yang lebih banyak untuk membaca konten/rubrik dari sebuah majalah.

- **Ilustrasi dan foto yang lebih banyak**

Majalah memiliki jumlah halaman yang lebih banyak dibanding surat kabar. Oleh karena itu, Majalah memiliki ruang yang lebih banyak untuk menampilkan gambar atau foto dengan ukuran ukuran yang bervariasi dan dapat memaksimalkan pengunaan warna warna yang kompleks,karena didukung oleh kualitas media (kertas) yang baik. Penggunaan foto terutama penggunaan publik figur juga akan sangat mendukung untuk menarik minat audiens untuk memiliki/membaca sebuah majalah.

- ***Cover* (Sampul) sebagai daya tarik**

Disamping foto, *cover* atau sampul majalah juga memiliki daya tarik tersendiri. Sampul majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dan dengan gambar serta penyajian warna yang menarik pula. Untuk majalah hiburan, sering pula digunakan foto selebritis atau publik figur pada sampul demi menarik perhatian permbacanya. Menarik atau tidaknya sampul suatu majalah sangat bergantung pada cara penyajianya, serta konsistensi majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya.



Gambar II.3.1. Urutan Majalah

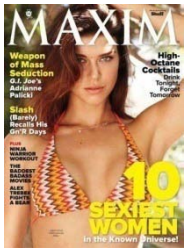
Sumber : Dok Pribadi (31 Maret 2013)

II.3.3 Jenis Jenis Majalah

Menurut Adiputra (2006) “Tipe Suatu majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Artinya, sejak awal redaksi sudah menentukkan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga majalah itu mempunyai sasaran pembaca dengan profesi tertentu, seperti hobi bertani, beternak dan memasak.”(h,16)

Oleh karena itu berdasarkan segementasinya majalah dikategorikan sebagai berikut :

No	Kategori Majalah	Contoh Cover	Keterangan
1	Majalah Fashion		Vogue,dan lain lain
2	Majalah Wanita		Femina,Gadis, Kartini dan lain lain
3	Majalah Berita		Time,Tempo,dan lain lain
4	Majalah Musik		Majalah Rollingstone,Gitar Plus,dan lain lain

5	Majalah Olahraga		Sky Sports,Four Four Two,dan Lain lain
6	Majalah Anak Anak		Imut,Bobo,Ganesha dan lain lain
7	Majalah Keluarga		Keluarga,Harmoni ,Dan lain lain
8	Majalah Pria		Maxim,Playboy, Dan lain lain
9	Majalah Hukum		BC Law,Sue Dan Lain lain
10	Majalah Kesehatan		Sinar Kesehatan,Man Fitness dan lain lain

11	Majalah Ilmiah		Discover,Popular Science dan lain lain
12	Majalah Pertanian		Trubus,Kompos, dan lain lain
13	Majalah Berbahasa Daerah		Mangle dan lain lain
14	Majalah Humor		Humor,Astaga dan Lain lain

Tabel II.3.1. Kategori Majalah

II.4 Tinjauan Sampul Majalah

Istilah Sampul dalam media cetak dapat diartikan sebagai halaman terdepan yang menonjolkan atau merepresentasikan isi dari sebuah media cetak tersebut. Selain kepada majalah, istilah Sampul juga digunakan pada media media cetak lainya seperti CD album, flim, katalog, *Newsletter*/bulletin, buku, dan lain lain. Dalam majalah sampul merupakan salah satu faktor penentu laris tidaknya sebuah majalah, karena sebelum melihat isi/konten dari sebuah majalah *target audiens* pasti akan melihat sampul dari majalah tersebut, jika sampul nya tidak menarik maka sulit untuk *target audiens* bisa masuk kedalam isi dari sebuah majalah. Sebuah majalah cenderung menggunakan publik figur sebagai sampul yang bertujuan untuk meningkatkan dan menarik minat dari *target audiens*, khususnya kepada majalah majalah *lifestyle*, musik, politik dan lain lain.

Berikut adalah beberapa contoh sampul majalah dengan *target audiens* kepada remaja :



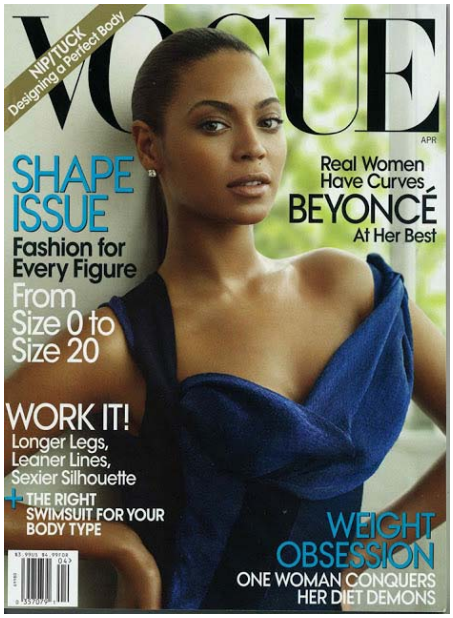
Gambar II.4.1. Sampul Majalah Remaja

Sumber : http://rentakartis.com/gambar-siti-saleha-jadi-cover-majalah-remaja-ogos-2011/# (05 Mei 2013)



Gambar II.4.2. Sampul Majalah Gadis

Sumber : http://www.gadis.co.id/majalah/majalah.gadis.terbaru.no01.edar.31 .desember.2012/141 (04 April 2013)



Gambar II.4.3. Sampul Majalah Vogue

Sumber : http://shopkikiboom.blogspot.com/2011/06/vogue-covers.html (04 April 2013)