

**STUDI KOMPARASI GAYA VISUAL MAJALAH MINI
ISLAM OPENMIND DAN MINIMAGZ MENURUT
PERSEPSI PEMBACA
(Studi Kasus Siswa SMAN 3 Yogyakarta)**



Budi Saputra

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

Tugas Akhir Skripsi

**Studi Komparasi Gaya Visual Majalah Mini Islam
Openmind dan *Minimagz* Menurut Persepsi Pembaca
(Studi Kasus Siswa SMAN 3 Yogyakarta)**



SKRIPSI

Budi Saputra

051 1512 024

PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DISAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2012

Tugas Akhir Skripsi

Studi Komparasi Gaya Visual Majalah Mini Islam *Openmind* dan *Minimagz* Menurut Persepsi Pembaca (Studi Kasus Siswa SMAN 3 Yogyakarta)



Budi Saputra

051 1512 024

3835/11/9/2012

8/3 2012



PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012

Proposal Tugas Akhir Perancangan Berjudul:

Studi Komparasi Gaya Visual Majalah Mini Islam *Openmind* dan *Minimagz* Menurut Persepsi Pembaca. (Studi Kasus Siswa SMAN 3 Yogyakarta)

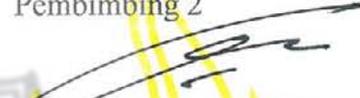
Diajukan oleh Budi Saputra, NIM:0511512024, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada Tanggal 25 Januari 2012, dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing 1



FX Widyatmoko, M. Sn
NIP 19750710 200501 1 001

Pembimbing 2



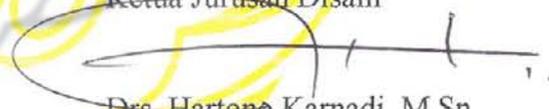
P. Gogor Bangsa, M. Sn
NIP 19700106 200801 1 017

Cognate



Hesti Rahayu, S.Sn., MA
NIP 19740730 199802 1 001

Ketua Program Studi
Ketua Jurusan Disain



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Disain



Drs. Lasinap, M.Sn
NIP. 19570513 198803 1 001



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Dr. Spastiwi, M.Des
NIP 19590802 198803 2 001

KATA PENGANTAR

Majalah Mini merupakan sebuah pengembangan dari *zine*. *Zine* sendiri merupakan media komunikasi yang dicetak secara kolektif komunitas tertentu ataupun pribadi dan disebarakan melalui komunitasnya sendiri. *Zine* dan majalah mini ini terus berkembang dengan berbagai polanya.

Pada penelitian ini, penulis berusaha mencari tahu persepsi konsumen yang menjadi target pembaca oleh majalah mini Islam *Openmind* dan *Minimagz*, terhadap majalah mini itu sendiri. Apakah majalah mini ini berhasil masuk secara baik ke dalam target pembacanya, dan bagaimana reaksi target pembaca.

Karya tulis ini, sebagai tugas akhir dan prasyarat untuk mendapat gelar sarjana, penulis akui penuh dengan kekurangan. Kiranya pembaca sekalian dapat mengambil apa yang mungkin menjadi nilai tambah yang pembaca temukan, dan memberikan masukan membangun setelah membacanya.

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis dipanjatkan kepada Allah Azza wa Jalla atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang tetap memegang teguh ajarannya hingga hari akhir.

Tugas akhir skripsi berjudul, Studi Komparasi Gaya Visual Menurut Persepsi Target Pembaca Majalah Mini Islam *Openmind* dan *Minimagz* di SMAN 3 Yogyakarta, adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program S-1, Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat lebih melengkapi tulisan ini.

Penulis, *insya Allah* dapat menyelesaikan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak, karenanya pada kesempatan ini tidak lupa penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa;
2. Bpk. FX. Widyatmoko M. Sn., selaku Pembimbing I, dan Dosen Wali;
3. Bpk. Gogor Bangsa, M. Sn., selaku Pembimbing II;
4. Bpk. Drs. HM. Umar Hadi M. Sn., selaku pembantu Dekan I;
5. Bpk. Drs. Lasiman, Msn., Selaku Ketua Jurusan Desain dan Ketua Pembina Tugas Akhir
6. Bpk. Drs. Hartono Karnadi M.Sn, selaku Ketua Program Studi DKV;
7. Segenap Dosen dan karyawan Prodi. Desain komunikasi Visual, FSR ISI Yogyakarta;
8. Segenap Guru dan Karyawan SMAN 3 Yogyakarta yang mendukung dengan segala kebaikannya;
9. Istriku yang setia menemani, Rahmi Fatmawati, dan anakku yang senyumnya sangat manis, Fathimah Nur Jannah;

10. Mas Aruman, Mas Iwan, Mas Kismiaji, Mas Haryo, Latif, Zulfadly, Mas Mufti, Mas Anton, Pak Cik, serta Kawan-kawan di Padepokan Putra Panatagama;
11. Anak-anak KMI ISI Yogyakarta generasi baru, Ato, Ridwan, Rizal, dan yang lain;
12. Adit selaku ketua angkatan kami dan Teman-teman Kotakpensil 05

Skripsi ini dipersembahkan terkhusus untuk kedua orangtua penulis, Ibrahim dan Nurbaiti. Istri dan anak penulis, Rahmi Fatmawati dan Fathimah Nur Jannah. Kedua adik penulis, Indah Saputri dan Fani Ayu Afriyanti. Seluruh penulis di anomali, haqo, dan badaiotak.

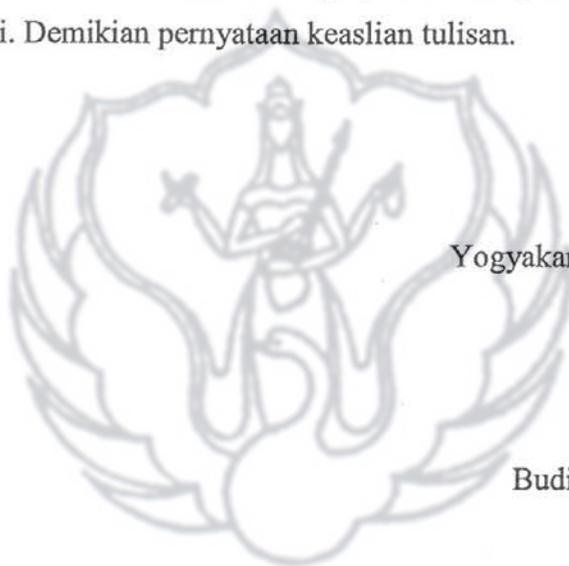
Akhir kata, penulis mohon ma'af atas segala kekurangan dan kesalahan yang dilakukan selama penyusunan skripsi ini, baik sengaja maupun tidak, dan dengan segala kerendahan hati penulis menerima masukan yang membangun untuk skripsi ini. Skripsi ini penulis harapkan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, lingkungan civitas akademika, dan pembaca umumnya. Semoga Allah *Azza wa Jalla* membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan, dan semoga ini menjadi amal kebaikan yang mengalirkan balasan kebaikan pula kepada penulis.

Nama : Budi Saputra

NIM : 051 1512 024

Saya, Budi Saputra, yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Studi Komparasi Gaya Visual Majalah Mini Islam *Openmind* dan *Minimagz* Menurut Persepsi Pembaca. (Studi Kasus Siswa SMAN 3 Yogyakarta)”** merupakan asli tulisan saya. Kutipan yang diambil dari sumber lain telah diberi tanda.

Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini tidak asli tulisan saya, maka saya akan menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang saya dapatkan melalui tulisan ini. Demikian pernyataan keaslian tulisan.



Yogyakarta, Februari 2012

Budi Saputra

ABSTRAK

Budi Saputra

Studi Komparasi Gaya Visual Majalah Mini Islam *Openmind* dan *Minimagz* Menurut Persepsi Pembaca (Studi Kasus Siswa SMAN 3 Yogyakarta)

Latarbelakang penelitian ini adalah ketertarikan penulis terhadap maraknya penerbitan majalah mini Islam di Indonesia umumnya, Jawa khususnya. Pemicunya adalah kekuatan ekspresi para pemuda yang mendapatkan pemikiran yang mencerahkan bagi dirinya, dan mereka ingin berbagi. Para pemuda ini ketika tidak bisa menyuarakan opininya di media massa konvensional, memilih jalur yang ringkas, yakni membuat *zine* atau majalah mini sendiri. *Zine* atau majalah mini ini dicetak dengan berbagai cara, ada yang hanya mengandalkan mesin fotokopi, cetak toko, hingga cetak *offset*. *Zine* dan majalah mini biasanya dictak terbatas. Sifat *zine* dan majalah mini yang anti terhadap hak cipta, membuat orang lain bebas untuk menggandakannya sehingga cetakan aslinya yang terbatas tidak menjadi penghalang perluasan penyebarannya. Meski sederhana, para penggiat *zine* dan majalah mini berusaha mendesain *zine* atau majalah mininya. Kemajuan teknologi olah grafis di komputer memungkinkan para penggiat *zine* dan majalah mini mendesain sendiri tampilan medianya. Bahkan ada majalah mini yang menggunakan jasa desain advertising profesional.

Penelitian ini mencari tahu bagaimana persepsi target pembaca majalah mini Islam *Openmind* dan *Minimagz*, melalui FGD (*Focus Group Discussion*). FGD dilakukan sebanyak 3 sesi dan dihadiri oleh semua informan dan peneliti. FGD dilakukan dengan informan berasal dari siswa dari SMAN 3 Yogyakarta. Siswa dipilih mewakili beberapa kriteria, dari OSIS, ROHIS, NON-MUSLIM, kelas X, kelas XI, dan media sekolah. FGD menggali secara mendalam persepsi para informan terhadap majalah mini Islam *Openmind* dan *Minimagz* yang memiliki tampilan visual yang sangat berbeda dengan majalah Islam konvensional.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perlunya penegasan identitas oleh sebuah media agar mudah dikenal target pembacanya. Psikologis target pembaca akan lebih mudah tertarik ketika melihat majalah yang sama dengan identitasnya, terutama berupa visual yang mencirikan identitas tersebut. Hal ini kadang bertentangan dengan anggapan para penggiat majalah mini Islam, bahwa untuk menembus resistensi pemuda terhadap majalah Islam diperlukan tampilan media yang berbeda dari majalah Islam konvensional.

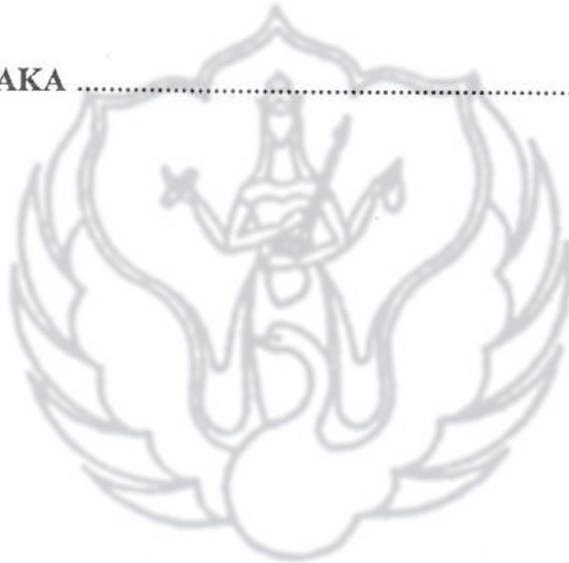
Kata kunci: zine, majalah mini, persepsi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Objek Penelitian.....	5
G. Metode Penelitian	5
H. Sumber Penelitian	6
BAB II. KERANGKA TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
A. Latar Belakang Majalah	8
1. Sejarah Singkat Majalah di Dunia	8
2. Sejarah Singkat Majalah Islam di Indonesia	10
3. Klasifikasi Majalah	13
4. Struktur Umum Isi Sebuah Majalah	15
B. Sekilas Perkembangan Islam	17
C. Penerbitan Majalah Islam	19
1. Majalah Islam Segmentasi Umum	20
2. Majalah Islam Segmentasi Remaja	35

3. Tabloid Remaja Islam	42
4. Majalah Mini Islam	42
D. Gaya Visual	44
1. Sekilas Tentang gaya Desain	44
2. Gaya Visual Islam	46
E. Madaniyah dan Hadlarah	59
F. Majalah Mini atau zine	60
G. Persepsi	49
1. Definisi Persepsi.....	49
2. Faktor-Faktor yang Menentukan Persepsi	63
G. Tinjauan Pustaka	64
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	65
A. Metodologi Penelitian	65
B. Teknik Pengumpulan Data	65
1. Dokumentasi	65
2. Focus Group Discussion	66
C. Subjek Penelitian	67
1. Sekilas SMAN 3 Yogyakarta	67
2. Siswa Sebagai Subjek Penelitian	72
D. Teknis Penelitian	73
1. Tempat Penelitian	73
2. Waktu Penelitian	74
3. Perlengkapan FGD	76
E. Metode Analisis	60
BAB IV. PELAKSANAAN PENELITIAN	77
A. Focus Group Discussion	77
B. Analisis Menyeluruh.....	71
1. Gabungan Kata	90
2. Pengalaman Sebagai latar Belakang	90

3. Proporsi Lay-Out dan Panjangnya Artikel	91
4. Istilah Lintas Bidang	91
5. Identitas	92
6. Gaya Visual Islam	92
7. Pertimbangan Pembaca	93
BAB V. PENUTUP	94
A. Rangkuman	94
B. Kesimpulan	94
C. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Kover Majalah Mini Islam Openmind.....	6
Gambar. 2 Kover Majalah mini Islam Minimagz.....	6
Gambar. 3 Kover Majalah Islam An Najah	21
Gambar. 4 Kover Majalah Islam Sabili	23
Gambar. 5 Kover Majalah Islam Hidayatullah	24
Gambar. 6 Kover Majalah Islam Jihadmagz	25
Gambar. 7 Kover Majalah Islam Sawaraquran	27
Gambar. 8 Kover Majalah Islam Fahma.....	28
Gambar. 9 Kover Majalah Islam Asy Sayriah.....	29
Gambar. 10 Kover Majalah Islam Azzikra.....	30
Gambar. 11 Kover Majalah Islam Al Waie	31
Gambar. 12 Kover Majalah Islam Tarbawi	32
Gambar. 13 Kover Majalah Islam Tasfiyah.....	33
Gambar. 14 Kover Majalah Islam Tashfia.....	34
Gambar. 15 Kover Majalah Islam Smart.....	35
Gambar. 16 Kover Majalah Islam Annida.....	36
Gambar. 17 Kover Majalah Islam Sobat Muda	37
Gambar. 18 Kover Majalah Islam Gizone.....	38
Gambar. 19 Kover Majalah Islam Muslimah	39
Gambar. 20 Kover Majalah Islam Imagz.....	40
Gambar. 21 Kover Majalah Islam Elfata	41
Gambar. 22 Kover Tabloid Remaja Islam D’Rise.....	42
Gambar. 23 Kover Majalah Mini Islam Great Resist	43
Gambar. 24 Kover Majalah Mini Islam Rebel.....	44
Gambar. 25 Kover Majalah Mini Islam Rn’R	45
Gambar. 26 Kover Majalah Mini Islam Reid	45
Gambar. 27 Kover Majalah Mini Islam Green Soul.....	46
Gambar. 28 Kover Majalah Mini Islam Badaiotak.....	47
Gambar. 29 Kover Majalah Mini Islam No Compromise	48

Gambar. 30 Kover Majalah Mini Islam D’Rise.....	49
Gambar. 31 Kover majalah Mini Islam Positip	50
Gambar. 32 Kover majalah Islam Maki.....	50
Gambar. 33 Kover Majalah Islam Openmind.....	51
Gambar. 34 Kover Majalah Islam Minimagz	53
Gambar. 35 Kaligrafi ‘Basmallah’	56
Gambar. 36 Gaya Visual Islam.....	57
Gambar. 37 Gaya Visual Islam.....	58
Gambar. 38 Gaya Visual Islam.....	58
Gambar. 39 Gaya Visual Islam.....	59



BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang

Dunia anak muda adalah dunia yang sangat dinamis. Semangat yang meluap, tenaga yang masih segar, dan keingintahuan yang besar membuat mereka berani untuk melakukan banyak terobosan baru. Mulai dari bisnis hingga kreasi terapan.

Jumlah kaum muda yang besar jelas menjadi target pemasaran bagi banyak produk. Kreativitas menjadi hal yang dituntut untuk dapat menyentuh dunia mereka. Terlebih dalam penyampaian ajaran agama. Dengan budaya hidup yang mengurung mereka dengan kuatnya, yaitu sekulerisme dan hedonisme, nilai-nilai agama dipinggirkan ke sudut-sudut rumah ibadah. Agama seakan-akan diturunkan hanya untuk orang-orang tua, dan kaum yang kalah seperti pengusaha yang bangkrut ataupun atlet yang gagal. Banyak stempel negatif yang menyandera mata masyarakat, seperti pesantren itu kumuh, kalau alim itu tidak gaul, tidak pacaran dianggap tidak normal, musik harus yang hingar bingar dengan lirik-lirik cinta, majalah-majalah remaja yang lebih mementingkan gosip, pemudaran percaya diri dengan tips-tips untuk tampil cantik dan dan sebagainya.

Dari mereka yang tercerahkan, mendapatkan pengajaran, dan mereka merupakan bagian dari anak muda itu sendiri, muncul kesadaran untuk berbagi ke kawan-kawannya yang lain. Persoalannya, bagaimana menyampaikannya, kepada orang yang mengenal agama hanya ketika mereka masih anak kecil, dan merasa jika membahas agama adalah suatu pembahasan yang berat dan hanya untuk orangtua saja. Di sinilah terjadi sebuah upaya, adaptasi cara penyampaian kepada anak muda. Hal ini dipermudah karena mereka satu generasi dengan yang ingin mereka jadikan target penyebaran ilmunya. Perlu media untuk menjembatani penyampaian ide-ide dan gagasan dari para pemuda yang sudah mendapat pengajaran tadi.

Fenomena media untuk menjembatani di antara para pemuda yang memiliki gagasan yang berbeda dengan kebanyakan pemuda lainnya sudah terjadi sejak lama. Salah satunya yang paling menonjol adalah ketika era musik Punk. Punk sebagai gaya hidup tandingan disebarluaskan melalui konser musik ala anak punk dan *zine*. Hal ini terjadi di era tahun 70'an. Pentolan yang sangat terkenal adalah band Inggris, *Sex Pistol* dengan tokoh sentralnya Sid Vicious. Perlu dicatat, *zine* masih terus bertahan meski kini Punk menjadi sebuah gaya hidup yang dikooptasi kapitalisme. Meski bukan anak-anak Punk yang kali pertama membuat *zine*, namun mereka yang lebih dikenal publik. Menariknya lagi, *zine* akhirnya tidak hanya digunakan oleh anak-anak Punk. Kini *zine*, yang akhirnya dikenalkan juga istilah majalah mini, digunakan oleh bukan saja anak-anak punk, tapi banyak anak muda yang menganut pemikiran yang berbeda seperti *Vegan* yaitu mereka yang menganut gaya hidup dengan hanya memakan sayuran, Sosialisme yaitu mereka yang memperjuangkan perubahan dan penerapan sistem Sosialis, dan termasuk kaum Muslim.

Majalah mini atau yang juga dikenal dengan *zine*, terbagi menjadi beberapa jenis, dilihat dari ide pemikiran yang diusungnya. *Pertama*, majalah mini yang mengusung ide sosialisme-komunisme serta turunannya. Pemikiran yang diusung adalah sosialis, pertentangan kelas ekonomi dimana masyarakat dibagi menjadi dua kelas yakni *borjuis* (orang kaya, pemilik modal) dan *proletar* (buruh, pekerja), dan revolusi menurut idiologi sosialis. *Kedua*, majalah mini yang mengajukan gaya hidup alternatif, semisal gaya hidup vegetarian, tidak makan daging dan hanya makan sayuran. *Ketiga* adalah majalah mini Islam, yang walaupun inti utama yang disampaikan adalah Islam, tapi gaya penulisan dan bahasa yang digunakan tidak seperti buku-buku Islam konvensional umumnya yang sangat kentara nuansa Islamnya. Adapun kapitalisme-sekulerisme telah menjadi dominan dunia saat ini, dipropagandakan langsung oleh majalah-majalah berkelas nasional hingga internasional.

Kelebihan dari majalah-majalah mini ini adalah biaya produksinya yang tidak besar, bahkan bisa saja berupa foto kopian. Oplah menjadi suatu hal yang tidak diperhitungkan harus banyak, bahkan mungkin hanya sepuluh eksemplar saja. Untuk menyebarkannya, biasanya diberikan langsung pada event-event tertentu, dititipkan di distro-distro, dan dititipkan kepada kenalan yang akan pergi ke suatu tempat.

Majalah mini tidak mengenal hak cipta, alias boleh difotokopi tanpa perlu takut dituntut oleh penulisnya. Hal ini dengan catatan penggandaan itu tidak dimaksudkan untuk kepentingan komersial. Inilah yang paling membedakan dan membantu majalah mini dalam penyebarannya. *Copyright* yang menjadi simbol *Hak Cipta* diubah menjadi *copyleft* yang dimaksudkan berlawanan dengan pengertian *Hak Cipta* umumnya.

Kebebasan berekspresi yang lebih luas dibandingkan majalah formal, baik dari visual yang digunakan dan gaya penulisan. Kelebihan-kelebihan ini dipandang sebagai sesuatu yang efektif bagi kaum muda untuk menyebarluaskan ide-ide pemikirannya kepada target pembaca mereka yang juga masih sebaya dan mempunyai kejiwaan yang sama dengan mereka.

Meski bersifat tidak formal, namun majalah mini ini biasanya tetap mempunyai slogan. Slogan yang digunakan, misalnya pada majalah mini *Openmind*, *unpridictable minimagz*, majalah mini yang tidak bisa diprediksi kapan terbitnya demikian sederhananya, menjadi sebuah keabsahan yang tidak bisa diganggu gugat karena ketidakformalan majalah-majalah mini sejenisnya. Penggunaan slogan ini jelas menggambarkan secara umum bagaimana jadwal terbit yang bisa mempunyai jangka waktu 1 tahun untuk edisi berikutnya. Majalah *Minimagz* menggunakan slogan, *Satu Majalah berjuta Inspirasi*.

Penulis, yang juga mengelola majalah mini *badaiotak*, akan mencoba membahas bagaimana persepsi konsumen terhadap Islam yang ditampilkan pada majalah mini *Openmind* dan *Minimagz*. Karena sejatinya

sebuah media tidak bisa lepas dari pengaruh pemikiran yang diemban, dipercayai, dan diyakini oleh pemilik media tersebut. Sifat umum dari sebuah pemikiran adalah membuat orang yang meyakini pemikiran tersebut ingin orang lain tahu dan juga mnyetujui, paling tidak mereka tidak menjadi penentang atau musuh dari pemikiran yang diembannya tersebut. Media yang memiliki pemikiran, tentunya akan menjadi sebuah daya tarik sendiri bagi konsumen, paling tidak akan dipandang berbeda.

B. Perumusan Masalah

Majalah mini Islam, sejak kemunculan *Openmind* di kisaran tahun 2003, mengalami perkembangan yang pesat. Banyak bibit-bibit majalah mini Islam baru yang lahir. Meskipun juga banyak yang berumur singkat, satu-tiga terbitan saja. Salah satu majalah mini Islam yang juga berhasil bertahan terbit hingga belasan edisi adalah majalah *Minimagz*, terbitan remaja Masjid Syuhada.

Permasalahan yang diteliti adalah bagaimana persepsi target pembaca di SMAN 3 Yogyakarta Tahun 2011 terhadap gaya visual majalah mini *Openmind* dan *Minimagz*?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi kepada 2 majalah mini Islam yang diterbitkan di Yogyakarta, *Openmind* dan *Minimagz*. Kedua majalah mini ini sudah terbit lebih dari 15 edisi. Suatu pencapaian yang cukup tinggi untuk ukuran majalah mini sejenis. Majalah mini *Openmind* telah terbit 22 edisi dan majalah mini *Minimagz* 18 edisi ketika skripsi ini penulis tulis. Edisi yang menjadi contoh pada studi kasus ini adalah edisi 18, edisi terbaru dari majalah *Minimagz* ketika skripsi ini ditulis. Permasalahan yang diteliti adalah persepsi apa yang ada di pikiran pembaca terhadap gaya visual majalah mini Islam *Openmind* dan *Minimagz*.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana persepsi pembaca, siswa SMAN 3 Yogyakarta, terhadap gaya visual majalah mini *Openmind* dan *Minimagz*.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat umum adalah memberitahukan sebuah wacana baru yang berkembang di dunia anak muda, khususnya majalah mini Islam. Selain belum banyak yang mengetahui, penelitian ini juga bisa menjadi dokumentasi yang berharga bagi para pemuda yang ingin berbagi ilmu tetapi belum bisa menembus media massa nasional yang tentunya mempunyai pola pemikiran tersendiri.

Manfaat bagi peneliti sendiri adalah mengetahui bagaimana persepsi pembaca terhadap gaya visual majalah mini Islam sehingga bisa menjadi data untuk digunakan pada tahap pengembangan majalah mini yang penulis terbitkan (*Badaiotak*).

Manfaat bagi civitas akademika lainnya adalah menjadi dokumentasi perkembangan persepsi pembaca anak muda terhadap majalah mini Islam.

F. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah majalah mini Islam *Openmind* dan *Minimagz*.

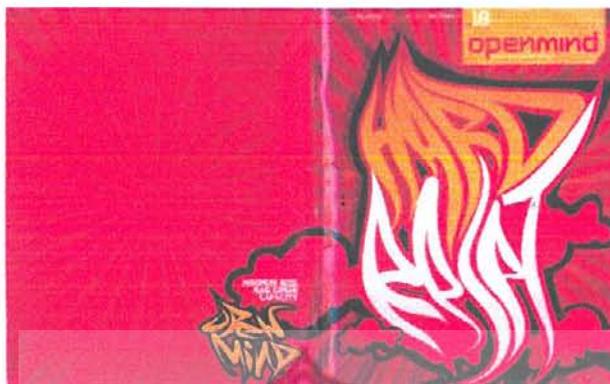
G. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian khalayak menggunakan FGD (*Focus Group Discussion*). Irwanto mendefinisikan FGD sebagai *suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok*.

Data primer, yaitu pertama observasi terhadap majalah mini *Openmind* dan majalah mini *Minimagz* edisi 18.

Berikut data visual majalah mini *Openmind* dan *Minimagz* edisi 18.

Openmind 18



(Gambar 1, Kover Majalah Mini Islam *Openmind* edisi 18: Budi Saputra)

Minimagz 18



(Gambar 2, Kover Majalah Mini Islam *Minimagz* edisi 18: Budi Saputra)

Kedua, jika memungkinkan wawancara dengan redaksi dari majalah mini *Openmind* dan *minimagz*.

Data sekunder yaitu kepustakaan berupa literatur yang mendukung penelitian ini. Literatur mengenai desain, sejarah, persepsi, marketing, dan lainnya yang menurut penulis mempunyai hubungan dan membantu dalam penelitian.

H. Definisi Operasional VARIabel

1. Gaya visual

Gaya visual yang dimaksud pada penelitian ini adalah tampilan secara keseluruhan majalah mini Islam *Openmind* dan *Minimagz*, mulai dari kover depan, isi, hingga kover belakang.

2. Persepsi

Pada penelitian ini definisi persepsi yang digunakan dibatasi pada definisi dari Jalaluddin Rakhmat, dalam bukunya *Psikologi Komunikasi*. Jalaluddin Rakhmat menuliskan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

I. Sumber Penelitian

Adapun yang menjadi sumber dari penelitian ini terbagi dua data. Data pertama adalah sumber primer yaitu majalah mini *Openmid* dan majalah mini *Minimagz*. Baik dari majalah mini *Openmind* dan *Minimagz*, yang digunakan adalah edisi 18. Selain itu juga diusahakan wawancara dengan beberapa pihak, baik pembaca maupun pembuat majalah mini itu sendiri. Pihak pembaca adalah informan, yaitu siswa SMAN 3 Yogyakarta, dan pembuat majalah adalah redaksi majalah *Openmind* dan *Minimagz*.

Data kedua adalah sumber sekunder didapat dari literatur perpustakaan, artikel majalah, dan internet.