

## Tinjauan Desain pada Sampul Majalah Mangle

**Panji Firman<sup>1</sup>**

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, panji.firman@ars.ac.id

**Oki Adityawan<sup>2</sup>**

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, oki.aja@ars.ac.id

**Rizki Tri Prasetio<sup>3</sup>**

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, rizki@ars.ac.id

**Sari Susanti<sup>4</sup>**

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, sarisusanti@ars.ac.id

**Reza Rizkina Taufik<sup>5</sup>**

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, rezarizkinataufik21@gmail.com

### Abstrak

Tidak dapat dipungkiri bahwa media massa di Indonesia memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang. Media massa di Indonesia mulai lahir dan bertumbuh bahkan sebelum Indonesia merdeka. Dari sejarah perkembangan media massa yang panjang di Indonesia, salah satu hal menarik yang dapat disoroti adalah perkembangan media-media lokalnya. Majalah Mangle lahir pada tanggal 21 November 1957 dengan dibidani oleh tokoh-tokoh seperti Oetoen Moechtar, Rochamina Sudarmika, Wahyu Wibisana, Sukanda Kartasmita, Saleh Danasmita, Utay Muchtar dan Alibasah Kartapranata. Nama Mangle itu sendiri memiliki makna "Ranggeuyan Kembang" dalam bahasa Sunda, dan bermakna sebagai "Untaian Bunga" dalam Bahasa Indonesia. Metode yang diusulkan dalam merealisasikan kegiatan ini adalah metode observasi melalui pendampingan langsung dan wawancara dengan pihak manajemen dari majalah mangle. Pengambilan data langsung dari kantor redaksi majalah mangle dan penelitian mengenai logo dan desain *cover* menjadi factor penting dalam penelitian ini sehingga didapati data yang akurat dan valid. Perubahan signifikan terjadi pada logo majalah mangle yang terjadi pada tahun 80 dan 90an hingga perubahan pada tahun 2000an yang sangat berdampak dari segi visual. Sedangkan dari desain *cover* tidak terlalu banyak perubahan dan tetap mempertahankan citra majalah mangle yang selalu menampilkan kecantikan mojang-mojang sunda yang akhirnya menjadi ciri khas kuat dalam majalah ini sehingga dikenal secara regional, nasional maupun internasional.

**Kata Kunci:** Mangle, Majalah, Sunda

### Abstract

*It is undeniable that the mass media in Indonesia has a long history. The mass media in Indonesia began to emerge and grow even before Indonesia's independence. From the long history of mass media development in Indonesia, one of the interesting things that can be highlighted is the development of local media. Mangle Magazine was born on November 21, 1957, with such figures as Oetoen Moechtar, Rochamina Sudarmika, Wahyu Wibisana, Sukanda Kartasmita, Saleh Danasmita, Utay Muchtar and Alibasah Kartapranata. The name Mangle itself means "Ranggeuyan Kembang" in Sundanese, and means "Flower String"*

*in Indonesian. The method proposed in realizing this activity is through direct assistance and interviews with management from Mangle magazine. Data collection directly from the editorial office of Mangle magazine and research on logos and cover designs are important factors in this study so that accurate and valid data are obtained. Significant changes occurred in the logo of Mangle magazine that occurred in the 80s and 90s until the changes in the 2000s which had a very visual impact. Meanwhile, the cover design does not change too much and maintains the image of Mangle magazine which always displays the beauty of the Sundanese ancestors which eventually became a strong characteristic in this magazine so that it was known regionally, nationally and internationally.*

**Keywords:** Mangle, Magazine, Sunda

## Pendahuluan

Tak dapat dipungkiri bahwa media massa di Indonesia memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang. Media massa di Indonesia mulai lahir dan bertumbuh bahkan sebelum Indonesia merdeka. "Bataviasche Nouvelles" adalah media massa yang tercatat pertama kali terbit di Indonesia tepatnya di Batavia pada tahun 1744. Disusul kemudian oleh "Javasche Courant" yang terbit di kota yang sama di tahun 1858. Media massa kemudian berkembang sangat pesat di tanah Hindia Belanda dan lebih bersifat multikultur. Hal ini ditandai dengan lahirnya media-media seperti "Bintang Timur", "Bintang Barat", "Java Bode", "Medan Prijaji", "Soerat Khabar Betawi", "Hindia Nederland", "Bintang Johar", dan "Slomporet Melajoe" (Putra, 2019).

Dari sejarah perkembangan media massa yang panjang di Indonesia, salah satu hal menarik yang dapat disoroti adalah perkembangan media-media lokalnya. Meskipun pamornya mungkin tidak sebesar media-media yang bersifat nasional, seperti misalnya "Kompas", "Tempo", atau "Republika" namun nama-nama media seperti "Kedaulan Rakyat" di Jogjakarta, "Pikiran Rakyat" di Jawa Barat, atau "Suara Merdeka" di Jawa Tengah mengakar dengan sangat kuat di tengah masyarakat di daerah-daerah tersebut. Dan diantara berbagai media-media lokal di Indonesia, Majalah Mangle di Bandung adalah media lokal yang cukup menarik untuk diamati lebih lanjut.

Majalah Mangle lahir pada tanggal 21 November 1957 dengan dibidani oleh tokoh-tokoh seperti Oetoen Moechtar, Rochamina Sudarmika, Wahyu Wibisana, Sukanda Kartasasmita, Saleh Danasasmita, Utay Muchtar dan Alibasah Kartapranata. Nama Mangle itu sendiri memiliki makna "Ranggeuyan Kembang" dalam bahasa Sunda, dan bermakna sebagai "Untaian Bunga" dalam Bahasa Indonesia. Di awal-awal kemunculannya, majalah Mangle berorientasi pada idealisme non komersial, yang bertujuan sebagai alat untuk memajukan dan melestarikan kebudayaan Sunda. Hal ini dilakukan oleh para pendiri majalah Mangle karena mereka melihat tidak banyak majalah atau media berbahasa Sunda yang bertahan lama. Untuk menyiasati hal tersebut, maka majalah Mangle mengambil strategi untuk menjadi majalah hiburan dan mengemas konten-kontennya dengan bahasa Sunda (Muhammad, 2020). Majalah ini masih konsisten terbit secara berkala satu kali dalam seminggu (Tabroni & Nunung, 2020). Selain itu pada penelitian (Winoto, Firna, & Encang, 2021) juga disebutkan majalah mangle turut serta dalam memberdayakan dan melestarikan nilai-

nilai budaya sunda dengan menginformasikan beragam informasi lokal pada masyarakat yang berkaitan dengan bahasa, budaya, sastra dan bidang lain seperti agama, ekonomi, politik dan kesenian yang ruang lingkungannya untuk masyarakat Jawa Barat.

Dilihat dari isinya, Kandungan isi Mangle menyerupai isi Bromartani yang mencakup berbagai hal, meminjam istilah Ahmat Adam seolah penerbitannya ditujukan kepada siswa sekolah dan untuk pembaca umum (Adam, 2003). Sebagai sebuah majalah hiburan, tentu saja majalah Mangle mau tidak mau harus memperhatikan bukan hanya kontennya saja, tetapi juga pada penyajian desain visualnya. Sajian visual ini pada dasarnya berperan cukup signifikan, tanpa elemen ini dapat dipastikan sebuah majalah akan kekurangan salah satu daya tariknya. Pada prinsipnya tidak ada aturan baku dalam mendesain layout atau komposisi dari sebuah majalah. Seorang desainer sampul majalah dapat mendesain dengan melibatkan sisi personalitasnya sekaligus memenuhi kebutuhan dan permintaan dari bagian redaksi. Hal ini juga ditekankan oleh Supon Phornirunlit, dalam bukunya "*Breaking The Rule*" yang menyatakan bahwa desain yang tidak beraturan merupakan keniscayaan yang juga mampu menghasilkan karya desain yang bagus. Meskipun demikian, terlepas dari kebebasan berekspresi ada hal-hal yang tetap harus diperhatikan dalam proses desain, salah satu yang utama adalah lima prinsip desain ; Proporsi (*proportion*), Keseimbangan (*balance*), Kontras (*Contrast*), Irama (*rhythm*), Kesatuan (*Unity*) (Kusrianto, 2007).

Sejak saat berdiri di tahun 50an hingga hari ini, majalah Mangle mengalami berbagai macam perubahan, khususnya pada bagian desain sampul. Perubahan-perubahan yang dilakukan itu dapat dilihat sebagai bentuk respon atas perubahan zaman dan trend yang sedang terjadi. Akan tetapi, dalam beberapa tahun ke belakang ini, perubahan-perubahan yang terjadi cukup mengejutkan. Belum selesai dengan perubahan-perubahan yang dibawa oleh Revolusi Industri 4.0, dunia kemudian dikejutkan oleh gelombang pandemi Covid-19 yang melanda bahkan hingga hari ini.

Berbagai peristiwa yang terjadi belakangan ini tentu saja membuat banyak pihak harus mengatur ulang strategi untuk tetap dapat bertahan di tengah situasi dan kondisi yang sulit, tak terkecuali majalah Mangle. Hal yang kemudian menjadi menarik adalah bagaimana melihat perubahan-perubahan strategi dari majalah Mangle, khususnya pada perubahan desain sampul majalah. Akan tetapi sebelumnya, ada baiknya melihat terlebih dahulu bagaimana perubahan-perubahan yang terjadi pada desain sampul majalah Mangle dari beberapa periode, diantaranya adalah periode 80an, 90an, 2000an, 2010an dan yang terbaru di periode 2020 serta 2021. Perubahan-perubahan desain sampul majalah Mangle tersebut akan dilihat berdasarkan lima prinsip desain ; Proporsi (*proportion*), Keseimbangan (*balance*), Kontras (*Contrast*), Irama (*rhythm*), Kesatuan (*Unity*).

## Metode

Metode yang diusulkan dalam merealisasikan kegiatan ini adalah metode observasi melalui pendampingan langsung dan wawancara dengan pihak manajemen dari majalah mangle. Langkah-langkah pengumpulan data sangatlah penting dalam

metode ilmiah, maka dari itu penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

## 1. Observasi

Observasi dilakukan melalui pemantauan dan menelaah langsung ke kantor redaksi majalah Mangle. Pemantauan ini dilakukan agar dapat digambarkan permasalahan apa saja yang terjadi di kantor redaksi majalah Mangle dan menelaah majalah Mangle dari tahun ke tahun. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sistem dan alur kerja di kantor redaksi majalah Mangle dan perkembangan dari cover majalah Mangle dari tahun ke tahun.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan melalui diskusi dengan pemilik perihal kendala, proses pencetakan produk, proses penjualan hingga informasi produk-produk yang dihasilkan serta kemana saja produk dipasarkan. Diskusi juga membahas perkembangan dari cover majalah mangle yang memiliki ciri khas dan perubahan yang terjadi dari cover tahun ke tahun.

Informasi-informasi yang telah didapatkan melalui metode pengumpulan data kemudian diolah sehingga didapatkan informasi yang diperlukan untuk memulai menganalisis dalam memberikan solusi alternatif.

## Hasil dan Pembahasan

### Desain tahun 80an



Gambar.1 Desain cover majalah mangle tahun 80an.

Kedua desain sampul di atas merupakan contoh dari desain sampul majalah Mangle di era 1980an. Logo yang digunakan oleh majalah Mangle ini adalah jenis *Logotype*. *Logotype* itu sendiri merupakan tanda atau logo yang dibentuk dari kata yang berasal dari brand. Di majalah Mangle ini yang menjadi logo adalah kata “Mangle” itu sendiri. Dari sisi anatomi, logo yang digunakan oleh majalah Mangle ini berasal dari akar jenis

huruf *sans serif* yang dimodifikasi menjadi *cursive serif*. Atau dengan kata lain, huruf berjenis sans serif dengan modifikasi garis-garis kurva pada tubuh huruf-hurufnya. Dibanding jenis-jenis sans serif lainnya, jenis huruf *cursive serif* ini memiliki karakter lebih lentur dan fleksible, sehingga kesan formal yang selalu menempel pada jenis huruf serif atau sans serif tidak tampak terlalu dominan pada jenis *cursive serif* ini. Meskipun demikian, kesan elegan dan semi formal tetap muncul pada jenis huruf ini. Pada logo majalah Mangle ini, huruf *cursive serif* ini kemudian ditingkatkan volumenya, sehingga terlihat sangat berisi. Selain itu pada dua edisi contoh di atas terlihat penggunaan *outline* pada logo Mangle. Hal ini dapat dilihat sebagai bentuk aksentuasi agar logo tersebut terlihat menonjol dibandingkan dengan elemen-elemen visual lainnya pada tata letak – *outline* sampul depan majalah. Di pojok kiri atas *logotype* Mangle terdapat semacam *logogram* yang menggambarkan siluet wanita dengan dikelilingi untaian bunga. Wanita yang digambarkan pada *logogram* tersebut, mengarahkan pada sosok wanita Sunda, dengan garis-garis halus dan konde yang menghias rambutnya. Adanya *logogram* itu dapat dibaca semacam penekanan terhadap segmentasi dan identitas majalah tersebut, di mana Mangle dimaknai sebagai “Ranggeuyan Kembang” atau “Untaian Bunga”.

Selain *Logotype* dan *Logogram*, elemen visual lainnya yang tampak dominan pada sampul majalah adalah foto cover. Foto model perempuan yang ditampilkan pada sampul majalah adalah salah satu karakter yang dimiliki majalah Mangle. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan salah satu pemimpin redaksi majalah Mangle, Ensa Wiarna, bahwa sejak berdiri, hingga hari ini (2021) majalah Mangle selalu menampilkan kecantikan budaya Sunda dalam bentuk kecantikan para mojang-mojangnya. Begitu identiknya majalah Mangle dengan mojang-mojang cantik Sunda, bahkan majalah ini seringkali disebut dengan sebutan “Nyi Mangle.”

Secara tampilan, foto-foto yang ditampilkan di sampul majalah Mangle periode tahun 80an ini tampaknya mewakili trend pada masanya. Misalnya bisa dilihat dari potongan rambut, wardrobe dan make-up yang digunakan model merepresentasikan era 80an. Angle atau sudut pandang foto yang digunakan lebih banyak berbentuk portrait dengan menyisakan sedikit ruang kosong pada pembingkai foto. Hal ini yang kemudian menjadi faktor yang menyulitkan dalam menyusun tata letak pada sampul majalah, karena foto sampul bukan elemen visual terakhir di dalam sampul majalah, masih ada elemen-elemen visual lainnya yang harus dimasukkan ke dalam tata letak majalah.

Selain foto utama pada sampul majalah, elemen-elemen lainnya yang tidak kalah penting adalah bentuk teks yang dikelompokkan ke dalam *subheading*, *tagline* dan *keterangan waktu*. Dari dua sample majalah, elemen-elemen teks tersebut semuanya menggunakan kelompok huruf *serif*, *sans serif* dan *Script* pada bagian tagline. Modifikasi yang dilakukan terhadap elemen-elemen teks tersebut cukup beragam, mulai dari kapitalisasi hingga *italic*. Dalam hal keterbacaan, elemen-elemen teks tersebut memiliki ukuran dan komposisi yang cukup sehingga memiliki keterbacaan yang cukup baik.



## JURNAL SOSIAL & ABDIMAS

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Dari keseluruhan pembahasan, terdapat beberapa catatan. Pada bagian *logotype*, meskipun pemilihan bentuk dan modifikasi huruf cukup merepresentasikan zaman, namun pemilihan warna logo dan kombinasinya dengan warna outline tampaknya kurang mencapai prinsip keseimbangan (*balance*). Selanjutnya adalah porsi ruang kosong pada foto utama yang pada akhirnya memberikan porsi sedikit untuk elemen-elemen lainnya, seperti misalnya untuk *subheading*. Bagian lainnya yang cukup krusial adalah dalam hal pemilihan warna untuk kelompok elemen teks *subheading*, *tagline* dan *keterangan waktu*. Keterbacaan teks pada elemen ini berkurang cukup jauh karena pemilihan warnanya 'tabrakan' dengan warna pada foto sampul. Pemilihan warna pada kelompok elemen teks ini juga cenderung berwarna-warna dengan berdasar pada warna-warna primer, sehingga secara keseluruhan desain sampul majalah Mangle ini belum mencapai lima prinsip desain Proporsi (*proportion*), Keseimbangan (*balance*), Kontras (*Contrast*), Irama (*rhythm*), Kesatuan (*Unity*).

### Desain tahun 90an



Gambar.2 Desain cover majalah mangle tahun 90an.

Di era tahun 90an, majalah Mangle terlihat memberikan beberapa penyegaran-penyegaran pada desain sampul mereka. Hal pertama terlihat dari perubahan logo. Logo yang digunakan di majalah Mangle tahun 90an ini terlihat berbeda dengan logo yang digunakan pada era tahun 80an. Selanjutnya bisa kita lihat di bawah ini.



Gambar.3 Desain logo majalah mangle tahun 80an dan 90an.

Dari gambar dua logo di atas dapat kita lihat bahwa ada beberapa perubahan di antara logo majalah Mangle di era tahun 80an dan majalah Mangle era 90an. Dua logo tersebut pada dasarnya masih menggunakan font atau jenis huruf yang sama, yaitu jenis *cursive serif*. Hal yang membedakan dari dua logo ini adalah pada aspek volumenya. Logo Mangle era 90an lebih ramping dibandingkan dengan logo Mangle era tahun 80an. Dengan bentuk yang lebih ramping, *kerning* atau jarak antar huruf pada logo Mangle terlihat lebih jelas, sehingga logo tampak lebih memiliki ruang. Salah satu hal yang masih sama adalah pada bagian *outline* atau garis luar pada huruf-huruf. Pada logo era 90an, *outline* yang digunakan tampak lebih baik dibanding logo tahun 80an karena adanya *kerning* yang cukup antar huruf di logo tersebut. Selain itu pemilihan kombinasi warna antara huruf dan *outline* pun lebih matang dibanding logo di era sebelumnya.

Salah satu hal lain yang membedakan desain sampul majalah Mangle era 90an dengan desain era 80an adalah hilangnya *logogram* yang berbentuk 'wanita dalam untaian bunga'.

Dalam hal elemen foto utama, majalah Mangle masih mempertahankan pilihan-pilihan *angle* dan subjek foto seperti pada periode sebelumnya. Foto-foto sampul majalah Mangle masih menampilkan kecantikan perempuan-perempuan Sunda yang merepresentasikan zamannya, baik dari segi tampilan *make-up* atau pilihan baju-bajunya. Meskipun demikian, ada juga perubahan yang terlihat. Salah satunya adalah gestur-gestur model yang mewakili tahun 90an. Selain itu, pada era 90an ini, foto-foto sampul yang digunakan, lebih banyak memiliki ruang, sehingga memiliki kesan lebih seimbang dan dinamis.

Pada bagian *tagline* dan *keterangan waktu* tidak ada perubahan yang terlalu signifikan. Bagian *tagline* masih menggunakan jenis huruf *script* dan diletakkan di posisi yang sama dengan posisi pada desain sampul Mangle era 80an. Pada bagian *keterangan waktu* di desain sampul era 90an ini masih sama dengan desain sampul era 90an. Keduanya masih menggunakan jenis huruf *sans serif*. Yang membedakan keduanya adalah pada tata letak. Pada desain sampul Mangle era 90an bagian *keterangan waktu* diletakkan pada sisi sebelah kanan logo Mangle, mengisi ruang antara logo dan batas

## JURNAL SOSIAL & ABDIMAS

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

tepi layout sebelah kanan. Hal ini berdampak cukup penting karena menyisakan cukup ruang antara logo majalah dan ruang tengah desain tata letak majalah.

Bagian *subheading* pada desain sampul era 90an ini cukup memberikan kesegaran dan lebih menonjol dibanding desain di era sebelumnya. Pemilihan huruf untuk bagian *subheading* ini masih menggunakan jenis huruf *sans serif*, namun yang menjadi pembeda adalah keputusan untuk membuat elemen teks pada bagian *subheading* ini lebih berisi, tebal dan bervolume. Selain itu, pada desain era 90an ini pun terlihat bagaimana strategi penggunaan *outline* untuk teks yang bersifat *Headline*. Sementara itu teks-teks *subheading* yang tingkatannya berada di bawah teks *Headline* tidak menggunakan *outline*. Dari strategi inilah pembaca dapat membedakan mana konten utama, feature atau konten yang bersifat suplemen. Dalam hal urusan pemilihan warna, desain sampul di era 90an ini lebih matang dan sederhana dibanding era sebelumnya. Matang dalam hal ini adalah, menggunakan warna-warna sekunder, sehingga keseluruhan komposisi warna dari desain sampul memilik kesan seimbang – *balance*, harmoni –*harmony* tanpa meninggalkan kesan kontras – *contrast*.

Desain tahun 2000an awal.



Gambar.4 Desain cover majalah mangle tahun 2000an.

Di era awal 2000an ini, majalah Mangle menampilkan wajah yang benar-benar baru dibandingkan dengan dua periode sebelumnya, era 80an dan era 90an. Ada beberapa hal signifikan yang berubah. Salah satu elemen penting yang mengalami perubahan adalah pada elemen logo. Perubahan yang terjadi pada bagian logo dapat dimaknai



juga sebagai perubahan dalam aspek identitas sebuah *brand*. Merubah sebuah logo biasanya bukan keputusan yang mudah bagi sebuah *brand*. Apalagi *brand* tersebut sudah hidup dan berkembang selama lebih dari satu dekade. Banyak hal yang dipertaruhkan ketika sebuah *brand* memutuskan untuk mengganti logonya.

Majalah sebesar Mangle pastinya sudah memiliki pertimbangan yang cukup kuat ketika memutuskan untuk mengganti logonya, termasuk juga dengan resiko yang akan ditanggung setelahnya. Untuk lebih jauh lagi, kita bisa melihat di pembahasan selanjutnya.



Gambar.5 Desain logo baru majalah mangle.

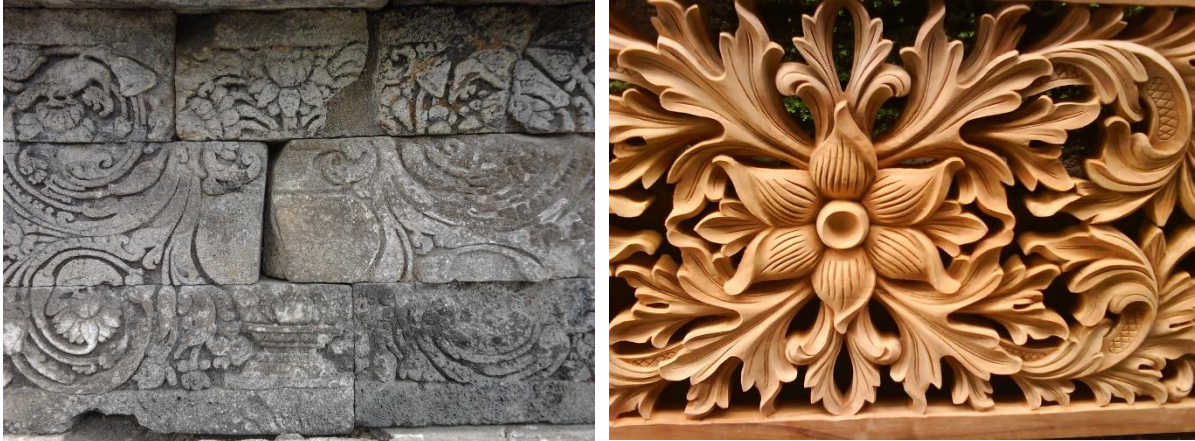
Dari logo di atas kita dapat melihat suatu perubahan yang sangat signifikan. Pada logo baru ini, majalah Mangle meninggalkan jenis huruf *cursive serif*. Alih-alih menggantinya dengan jenis huruf dari keluarga *serif*, logo baru ini justru mengambil bentuk stilasi dan modifikasi dari aksara Jawa kuno, yang juga digunakan di kebudayaan Sunda kuno. Di bawah ini akan kita lihat contoh dari aksar Jawa kuno.



Gambar.6 Aksara jawa kuno.

Dari contoh aksara Jawa di atas dapat kita lihat bahwa logo majalah Mangle yang baru memang mengambil bentuk-bentuk khas aksara Jawa tersebut. Selain itu, di belakang kata "Mangle," tepat di belakang huruf "M" terdapat semacam bentuk pola floral - tumbuhan yang 'dipadatkan' dalam bentuk layang-layang. Pola-pola floral ini pada

dasarnya bisa ditelusuri jejaknya hingga ke periode kerajaan Hindu-Budha. Motif-motif ini juga dapat kita temukan di candi-candi terkenal di Jawa Tengah, misalnya saja candi Prambanan atau candi Sari di Kalasan, Jogjakarta.



Gambar.7 Motif floral di candi prambanan dan motif floral di ukiran kayu.

Dari gambar-gambar di atas, dapat kita lihat bahwa image motif floral di belakang kata 'Mangle' ingin memperkuat kesan 'Kesundaan' pada citra baru majalah Mangle dengan mengambil bentuk-bentuk dari masa kerajaan Hindu-Budha.

Selain itu, pada bagian kanan logo ada semacam objek yang merepresentasikan untaian bunga. Objek ini mengingatkan kita pada logo Mangle di tahun-tahun awal berdirinya atau di sekitar tahun 50an. Untuk lebih jelasnya bisa kita lihat gambar di bawah ini.



Gambar.8 Motif floral untaian bunga di sebelah logo majalah mangle.

Dari perbandingan dua gambar di atas dapat kita lihat bahwa ada beberapa persamaan dari dua objek tersebut. Kedua objek itu menampilkan bunga dalam untaian ronce. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ronce berarti suatu karangan bunga. Meskipun demikian ada perbedaan yang cukup mencolok dari kedua objek tersebut. Untaian ronce pada desain majalah Mangle di tahun 50an mengambil bentuk bunga kembang sepatu. Sementara untaian ronce pada desain majalah Mangle di

tahun 2000an awal mengambil bentuk semacam bunga melati. Jika dilihat lebih jauh, perbedaan jenis bunga dari dua objek tersebut dapat dipandang tidak terlalu signifikan. Karena asosiasi simbol antara majalah Mangle dengan jenis bunga tertentu tidaklah terlalu kuat, bahkan dapat dibilang tidak ada sama sekali. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, majalah Mangle justru lebih erat asosiasinya dengan 'untaian bunga'.

Dari uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa kemunculan objek 'untaian bunga' pada desain sampul majalah Mangle di periode tahun 2000an bisa dipandang memiliki tujuan untuk memperkuat identitas Mangle itu sendiri dengan cara yang simbolik.

Dari uraian-uraian sebelumnya, kita mendapatkan setidaknya ada tiga elemen, yaitu : perubahan pada tipe font atau jenis huruf, penambahan latar belakang motif floral dan penggunaan kembali simbol 'untaian bunga'. Selanjutnya dapat kita lihat bahwa perubahan-perubahan yang dibawa oleh ketiga elemen tersebut membawa pada tujuan-tujuan tertentu, yang pertama yaitu memperkuat identitas majalah Mangle sebagai bagian penting dalam kebudayaan Sunda di era modern, dengan menonjolkan aspek-aspek kesundaan. Dan yang kedua adalah menonjolkan *brand* atau citra dari Mangle itu sendiri dengan menghadirkan objek ronce atau 'untaian bunga' yang secara simbolik merupakan definisi atau makna dari kata Mangle itu sendiri.

Secara keseluruhan logo baru majalah Mangle ini membawa kesegaran tertentu dan dapat dikatakan bahwa logo baru ini membawa kesan elegan dan lebih modern dibandingkan dengan logo-logo sebelumnya. Pada logo baru ini juga mencerminkan suatu kesan kedewasaan dan kematangan, di mana majalah Mangle di tahun 2000an memang sudah berumur kurang lebih 43 tahun, sebuah usia yang memang dipandang sudah dewasa dan matang. Meskipun demikian ada yang perlu menjadi catatan pada logo baru ini. Penempatan motif floral di belakang kata Mangle pada dasarnya cukup mengganggu. Penumpukan objek antara huruf "M" dan motif floral di belakangnya cukup mengganggu aspek keterbacaan *-readability* dari logo tersebut. Apalagi 'penumpukan' objek ini terjadi di posisi kiri, di mana posisi ini adalah posisi awal dari pembacaan teks berdasarkan penulisan huruf latin.

Pada bagian *subheading* apa yang ditampilkan oleh desain baru sampul majalah Mangle ini memang berbeda dengan yang ditampilkan di periode 80an atau 90an. Gaya *outline* pada huruf di bagian *subheading* masih digunakan, hanya saja aspek ketebalan dan kontrasnya lebih tipis dibandingkan dengan desain-desain sebelumnya, yang pada akhirnya menimbulkan kesan lebih ramping dan *slim* pada desain baru ini. Permainan ukuran huruf masih digunakan untuk membentuk hirarki teks dalam desain. Ukuran besar masih digunakan untuk menunjukkan bahwa teks tertentu itu berstatus sebagai *Headline*.

Secara keseluruhan desain baru sampul Mangle ini memang menyesuaikan dengan zaman, salah satunya juga dari pemilihan warna. Meskipun demikian, warna-warna yang digunakan pada elemen *Heading-Subheading* rasanya harus dirancang dan

dikonsep ulang, karena cukup mengganggu pada aspek keterbacaan-*readability* dari desain sampul Mangle itu sendiri.

## Simpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa majalah mangle yang sudah berdiri sejak tahun 1957 sudah mengalami perjalanan yang panjang. Mangle merupakan majalah berbahasa sunda yang bertahan di tengah gempuran zaman. Sejak mula berdirinya mangle pada tanggal 21 November 1957, mangle sudah mengalami perubahan logo dan desain cover majalah. Perubahan logo pada mangle terjadi pada awal tahun 2000an dari yang semula menggunakan font atau jenis huruf *cursive serif* dengan aspek volume yang ramping, *kerning* atau jarak antar huruf pada logo mangle terlihat lebih jelas sehingga logo terlihat memiliki ruang. Perubahan yang terjadi pada logo mangle pada tahun 2000an terlihat sangat berbeda dengan logo sebelumnya yang mengadopsi dari aksara jawa kuno tetapi hanya memperlihatkan kekhasan visualnya saja sedangkan dari aspek huruf masih menggunakan kata dan arti yang sama. Perubahan sangat terlihat dari bentuk visual yang sangat kental dengan bentuk aksara jawa kuno sehingga terasa lebih menunjukkan identitas khas tradisional dalam segi visual. Perubahan logo menjadi sebuah elemen penting dalam perubahan sebuah brand. Merubah sebuah logo merupakan sebuah keputusan yang tidak mudah dalam sebuah identitas perusahaan dalam brand tersebut apalagi mangle sudah berdiri lebih dari satu dekade. Banyak hal yang dipertaruhkan ketika sebuah *brand* memutuskan untuk merubah logonya. Sedangkan dalam penelitian cover majalah mangle tidak terjadi perubahan signifikan dari tiap decade yang diterbitkan. Ciri khas majalah mangle yang selalu memuat model wanita selalu menghiasi dan menjadi ciri khas dari cover majalah mangle. Begitu identiknya majalah mangle dengan mojang-mojang cantik sunda menjadi sebuah ciri khas seperti yang disebutkan oleh pernyataan dari salah satu pemimpin redaksi majalah mangle, Ensa Wiarna bahwa sejak berdiri, hingga hari ini (2021) selalu menampilkan kecantikan khas budaya sunda. Ciri khas ini menjadi sebuah identitas yang kuat sehingga penikmat majalah mangle mengetahui betul ciri khas ini dan menjadi sebuah kekuatan dalam *brand* tersebut yang dikenal secara luas baik secara regional maupun nasional bahkan internasional.

## Daftar Pustaka

- Adam, A. (2003). *Sejarah Awal Pers dan Kebangkitan Kesadaran Keindonesiaan*. Jakarta: Hasta Mitra Pustaka Utan Kayu.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Muhammad, E. (2020). Sejarah Majalah Mangle, Media Lokal Pelestari Budaya Sunda. Retrieved from Harapan Rakyat website: <https://www.harapanrakyat.com/2020/10/sejarah-majalah-mangle-media-lokal-pelestari-budaya-sunda/>
- Putra, R. A. (2019). Tantangan Media Massa dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 5(1), 1-6.

Tabroni, R., & Nunung, S. (2020). Eksistensi Majalah Berbahasa Sunda Mangle Di Era Revolusi Industri 4.0. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 30–42. Retrieved from <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/2564>

Winoto, Y., Firna, I., & Encang, S. (2021). Keberadaan Majalah Mangle Sebagai Media Informasi Dan Pelestari Budaya Sunda. *Literasi : Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 5(1), 121–138. Retrieved from <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/literasi/article/view/5091/3899>