Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM MAJALAH HOTGAME

2.1 Profil Majalah Hotgame

2.1.1 Sejarah Singkat Majalah HotGame

Ketika masih menjadi kru redaksi tabloid komik pertama di Indonesia, Tablo, Ramadhan Syukur diminta untuk mengasuh rubrik game bernama Gimania. Ramadhan notabene saat itu memiliki pengetahuan tentang game yang tidak mendalam.

Seiring dengan perjalanan Tablo, rubrik Gimania yang tadinya hanya satu halaman, bertambah menjadi empat halaman. Pada 1997, perkembangan game khususnya untuk konsol PlayStation semakin dahsyat. Media untuk para gimania (sebutan untuk konsumen) pun heboh bermunculan, baik yang berbentuk buletin, sisipan tabloid, atau majalah dengan kemasan yang masih sederhana. Isinya pun terbatas, bila tidak mengupas habis gameshark dan cheat (bantuan untuk menyelesaikan game), alternatifnya adalah menampilkan info yang masih bisa disebut ala kadarnya. Padahal banyak sekali sisi-sisi yang masih bisa digarap.

Peluang ini ternyata diam-diam juga diamati oleh pihak manajemen Gramedia, khususnya Adrian Herlambang melalui Pemimpin Redaksi tabloid komik Tablo, Anita Ratnayanti Sanda. Ramadhan Syukur diminta untuk membuat *dummy* majalah game. Setelah melalui survey dan studi banding, pengalaman Ramadhan yang diantaranya pernah membentuk

Proses penyuntingan naskah..., Aulia Madjid, FIKOM UMN, 2014

majalah Kanak-Kanak, menjadi reporter di harian Pelita dan majalah Mode, ikut menyiapkan Monitor Minggu, cukup menambahkan keberanian. Langkah pertama yang Ramadhan lakukan adalah mengajak rekan-rekan yang tidak hanya cakap bermain game, tetapi juga memiliki pengetahuan luas dan koneksi lain yang juga menggandrungi dunia game. Rekan Ramadhan tersebut adalah Daniel Jaya Gumala, yang pada akhirnya dikenal dengan julukan DewaGim dalam majalah HotGame.

Semua rekan-rekan Daniel dikumpulkan agar memperoleh masukan dan mencari tahu apa yang paling dibutuhkan gamer (sebutan untuk konsumen) dari majalah yang kelak akan Ramadhan prakarsai. Harapan Ramadahan kelak majalah tersebut betul-betul dari pembaca untuk pembaca, serta menjadi tempat untuk memberi dan berbagi pengalaman.

Dari hasil beberapa kali pertemuan, terbentuklah daftar panjang segala keinginan gamer. Setelah itu, baru diatur tata letak dan urutan, selanjutnya dibuatlah segala macam perbandingan dengan majalah game yang terkenal di Jepang, Amerika, dan Inggris, yang notabene merupakan kiblat dari industri video game. Selanjutnya, dipilah-pilah kembali mana yang paling membumi dengan gamer di Indonesia.

Begitu segalanya beres, bagian yang paling sulit menurut Ramadhan adalah menentukan nama untuk majalah. Didaftarkanlah sejumlah nama, tetapi usulan nama majalah dirasa terlalu banyak berawal dengan kata "game".

Proses penyuntingan naskah..., Aulia Madjid, FIKOM UMN, 2014

Dari saling bertukar pikiran, akhirnya disepakati nama HotGame. Nama ini dirasa lebih nyaman diucapkan dengan lafal masyarakat Indonesia. Kata "Hot" dianggap bila dilafalkan dalam bahasa Indonesia atau Inggris tidak jauh berbeda. Yang paling penting, kata "Hot" juga lebih memiliki kesinambungan begitu dipadankan menjadi nama rubrik Hotmail, HotInfo atau HotStrategi.

Usai dengan pencarian nama, menentukan *font* yang tepat untuk logo Hotgame juga memakan waktu cukup lama. Ramadhan Syukur berdiskusi dengan Alfi Ichwanditio yang saat itu berstatus sebagai desain grafis tabloid Tablo. Mandat Ramadhan untuk logo Hotgame antara lain cukup sederhana, mudah diingat, nyaman dilihat, tegas, *funky*, *smart*, *cool*, dan pantas ditempatkan di berbagai *merchandise*. Setelah mengalami fase diskusi cukup lama, lahirlah logo HotGame yang tampil hingga saat ini.

Lama waktu penelitian yang dilalui Ramadhan Syukur berjalan selama tiga bulan. Adrian Herlambang dari pihak menejemen Gramedia segera merealisasikan karya Ramadhan. Tetapi untuk menerbitkan majalah baru pada 1998 tidaklah mudah. Apalagi saat itu sisa-sisa orde baru masih berkuasa. Tidak ada penerbitan di tanah air yang tidak harus melewati birokrasi Departemen Penerangan.

Jalan satu-satunya sementara HotGame ditempatkan sebagai *by product* tabloid Tablo. Awalnya terdapat logo Tablo di sudut kiri atas sampul majalah Hotgame, persisnya diatas huruf H. Barulah kemudian seiring ditutupnya Departemen Penerangan begitu Presiden Abdurrahman

Proses penyuntingan naskah..., Aulia Madjid, FIKOM UMN, 2014

Wahid berkuasa, HotGame sudah mampu berdiri mandiri sebagai unit tersendiri, logo Tablo pun dilepas.

Kru Tablo yang terlibat dalam cikal bakal HotGame antara lain Regina V. Edijono, Alfi Ichwanditio, Anita R, Sandra, Tarmizi Z, Ida Farida, dan Ramadhan Syukur sebagai Redaktur Pelaksana

Di awal-awal terbitnya HotGame, Ramadhan dibantu Alfi Ichwanditio (desain grafis tabloid Tablo) sebagai penata artistik, Yuliana Christina yang berkecimpung dalam Tablo dan Hotgame, dan Tarmizi Z sebagai dokumentasi.

Edisi perdana HotGame yang terbit pada 18 November 1999 mencapai *break event point* atau pulang modal. Pada tahun kedua, kru Hotgame mencapai 10 orang. Disamping terbitan reguler, Hotgame juga telah menerbitkan *by product* seperti Cheat&Cheat, GameSiklopedi dan Edisi poster.

2.1.2 Target Majalah HotGame

Sex : Male 88%, Female 12%

Age : 15-24: 66% (Core)

10-14: 10%

25-29: 24%

SES : A: 24%, B:22%, C1:26%, C2: 13%

OCCU : Student 43%, Worker: 30%

Proses penyuntingan naskah..., Aulia Madjid, FIKOM UMN, 2014

2.1.3 Spesifikasi Majalah HotGame

Debut : 18 November 1999

Content : Seputar dunia game (preview, review,walkthrough, gadget)

Frequency : Bi-Weekly

Circulation : 36.875 copies (Jabodetabek 44%, Jabar 8%, Jateng 9%, Jatim14%, Sumatra 13%, IND Timur 12%)

Type : Magazine

Coverage : Nationwide

Trim Size : 210 mm x 275 mm

Bleed Size : 220 mm x 285 mm

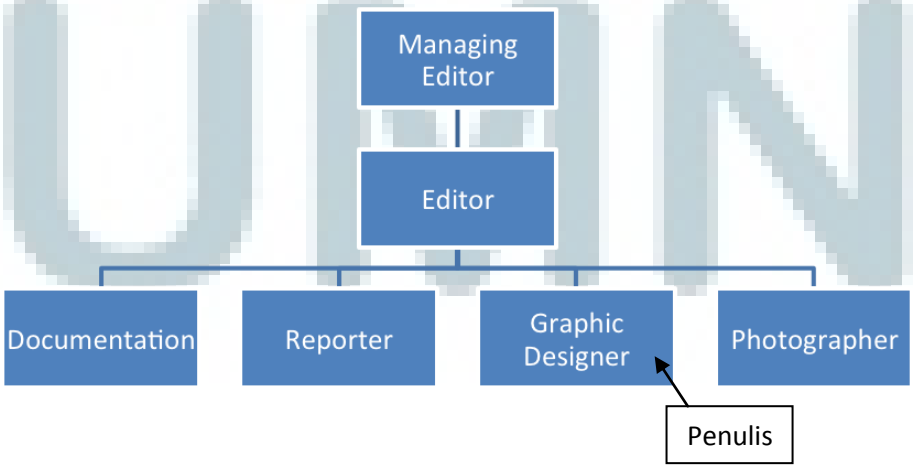
Pages : 124 Pages (inc. Cover)

Cover Paper : AP 150gr

Content Paper : AP 70gr, HSSD 60gr

2.1.4 Struktur Organisasi

Bagan 1: Struktur Organisasi Majalah HotGame



Sumber: Arsip HotGame

Susunan Redaksi Majalah HotGame

Editor in Chief / Managing Editor	: Vaksiandra Nuryadi
Editor	: Regina V. Edijono
Reporter	: Donny Trianto
Contributors	: Anindhita Ragia, Daniel D. Gumala, Jeffrey Satria
Visual Editor	: M. Nizam Farizki
Graphic Designers	: Dendy Heru Hardono, Sintawati Fajar Farini
Photographer	: Agus Sutedja
Editorial Secretary	: Dian Evitani
Documentation	: Tarmizi Z.
Office Boy	: Rudi

2.1.5 Tampilan dan Logo Majalah HotGame

Gambar 1: Cover Majalah HotGame edisi 355

Gambar 2: Logo Majalah HotGame

Sumber: Arsip HotGame

2.1.6 Isi Majalah HotGame

Isi dari Majalah HotGame dibagi ke empat rubrik utama:

1. Special Feature: Bahasan mengenai game terbaru, dan ulasan gadget terbaru serta hal-hal yang mempunyai daya tarik kuat terhadap keingintahuan pembaca. Disajikan dengan desain yang kreatif, dan tampil sebagai cover HotGame.
2. Preview: Menyajikan tulisan terkini mengenai game yang akan beredar. Disajikan dalam sistem berupa perbandingan dengan game sejenis yang sudah beredar.
3. Review: Ulasan game yang sudah beredar dan penilaian dari komunitas gamer. Penyajian dengan model kreatif dengan desain yang unik.
4. Walkthrough: Jawaban lengkap untuk menyelesaikan game. Disajikan teks yang panjang namum tetap dilengkapi foto dan gambar yang memudahkan dan menjadikannya *pictorial* walkthrough. Tak lupa tetap didesain menarik perhatian pembaca.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Artistik

Redaksi Majalah Hotgame mempunyai dua divisi utama, yaitu reporter dan artistik. Sedangkan lainnya adalah dokumentasi dan Fotografi. Divisi fotografi

Proses penyuntingan naskah..., Aulia Madjid, FIKOM UMN, 2014

tidak menjadi divisi utama redaksi majalah hotgame lain dari kebanyakan media, sebab majalah hotgame lebih banyak konten gambar animasi dan ilustrasi di dalamnya. Konsisten pada tujuan awal yang membahas topik seputar game, sehingga tidak ada ruang dari tiap halaman majalah Hotgame yang kosong tanpa adanya gambar.

Komposisi yang ramai dengan gambar namun tetap tertata rapi itu merupakan tugas seorang desainer grafis. Dendy Heru Hardono dan Sintawati Fajar Farini adalah karyawan tetap majalah Hotgame yang sudah bertahun-tahun menghasilkan majalah Hotgame penuh dengan warna dan ide yang unik dituang dalam setiap halamannya.

Menurut Rakhmat Supriyono, tugas utama desainer grafis adalah menyampaikan informasi atau pesan-pesan dari pemberi order (klien) kepada sasaran pembaca yang dituju (target audience). Tugas itu dilakukan oleh dua orang karyawan tersebut namun pengertian klien di majalah Hotgame berbeda dengan arti yang sebenarnya. Semua orang yang masuk dalam jajaran staff majalah Hotgame juga merupakan klien, sehingga ide atau konsep penataan majalah dirembuk bersama dan ditentukan oleh visual editor, M. Nizam Farizki sebagai bentuk kesepakatan ide atau konsep yang akan digunakan.

Saat menjalani magang, penulis bekerja di bawah divisi artistik dan bekerja sama dengan desainer grafis lainnya. Mencari gambar, menata, sampai dijadikan sebuah dokumen yang dibawa ke mesin cetak nantinya.

Proses penyuntingan naskah..., Aulia Madjid, FIKOM UMN, 2014