B AB III

HASIL ANALISIS PENERIMAAN PEREMPUAN TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA PUTRI DALAM MAJALAH *Gogirl!* (Edisi Bulan Februari "*The Making Of Issue*" dan Bulan November "*E-issue*")

Majalah *Gogirl!* menjadi bahan bacaan yang menarik, informatif dan kreatif bagi remaja-perempuan sejak tahun 2005. Banyak perempuan menyukai majalah ini karena terdapat banyak gaya hidup yang bisa menjadi inspirasi baru. Dalam bab ini penulis akan melakukan analisis terhadap majalah *Gogirl!* dengan dua edisi yaitu bulan Februari "*The Making Of issue*" dan bulan November "*E-issue*", dengan menggunakan *reception analysis*.

Dalam *reception analysis* (analisis penerimaan), khalayak dilihat sebagai produsen makna yang aktif, bukan hanya sebagai konsumen media. Dalam membaca sandi teks media, khalayak berdasarkan keadaan sosial dan budaya yang mengitarinya. Khalayak memaknai teks media berdasarkan faktor sosial dan budaya serta bagaimana mereka terlibat secara individual dalam kondisi tersebut. Adapun faktor-faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi antara lain gender, usia, lingkungan masyarakat, afiliasi, waktu, dan kondisi psikologis (McQuail, 2000:367). Teks-teks yang dihadirkan dalam majalah *Gogirl!* menggambarkan realitas khalayak dan kemudian dikonstruksi dalam majalah tersebut.

Dari penjelasan diatas maka peneliti membagi bagian ini ke dalam tiga bagian yaitu tentang profil informan, penyajian data dan hasil analisis data. Profil informan berisi tentang biodata informan dari nama, usia, tempat tinggal, pekerjaan, dan lain-lain. Penyajian data berisi konstruksi gaya hidup

dalam majalah *Gogirll* dan penyajian data berisikan hasil wawancara para informan terhadap konstruksi gaya hidup di majalah, dan analisis data berisikan interpretasi serta faktor-faktor sosial yang menyebabkan penerimaan oleh ketiga informan. Gaya hidup dibagi berdasarkan klarifikasi yang sudah ditentukan peneliti, yaitu rubrik tentang gaya hidup remaja putri antara lain rubrik *Fashion*, rubrik *Couple of the month*, dan rubrik *Chillout Places*. Penyajian data dan analisis data dilakukan secara analisis naratif yang ditekankan pada tema dan ilustrasi. Oleh karena itu tugas peneliti yang utama adalah memberikan penjelasan mengenai suatu peristiwa yang di dasarkan pada pemahaman peneliti mengenai peristiwa tentang gaya hidup yang dikonstruksikan dalam majalah *Gogirll*.

III.1. Profil Informan

1. Informan 1

Pada penelitian ini, informan pertama adalah Kiki (sapaan akrab) lahir dari keluarga yang sederhana. Kiki lahir di Kota Jambi, pada 24 Agustus 1986. Dari latar belakang keluarga, Kiki adalah gadis sederhana, hidup di lingkungan yang bercukupan tetapi membiasakan dirinya untuk berhemat. Sekarang ia berusia 23 tahun dan kurang 4 tahun ini ia sudah menggunakan jilbab. Latar belakang pendidikan Kiki cukup baik, ia sedang melanjutkan pendidikan S2 nya disalah satu Universitas Negeri di Yogyakarta, sebelumnya Kiki sudah menyelesaikan pendidikan S1nya jurusan Hubungan *International*. Anak ke dua dari tiga bersaudara ini memiliki hobi bernyanyi, jalan-jalan, dan ngobrol.

Menurut Informan pertama Kiki, ketika ditanya mengenai apakah dirinya pernah membaca majalah ***Gogirl!***, ia menyatakan bahwa dirinya pernah beberapa kali membaca majalah model ini. Menurutnya, bahwa banyak hal menarik dari majalah tersebut, terutama dari pemilihan *cover*, kertas, tata letak serta penggunaan gaya bahasa. Menurut penilaiannya, sebagai majalah yang banyak dikonsumsi oleh kaum perempuan, majalah ***Gogirl!*** memiliki nilai *plus* dibandingkan dengan majalah-majalah *trend* lainnya karena keberpihakannya terhadap isu lingkungan, ekonomi, politik dan lain-lain yang saat ini sedang marak diperbincangkan. Berikut adalah kutipan selengkapnya;

> "Majalah ***Gogirl!*** adalah majalah untuk perempuan yang membahas tentang isu terkini yang disusun mengikuti *event* terkini. Artikel tetapnya biasanya membahas tentang artis-artis dan juga *mix match fashion* hingga aksesoris yang dilengkapi dengan harga dan tempat mendapatkannya. Pendapat saya, majalah ***Gogirl!*** sebagai majalah remaja memberikan sebuah inovasi baru. Ketika majalah remaja lain banyak mengekspos tentang *fashion*, berita artis, tempat hiburan, dan masalah pacar, majalah ***Gogirl!*** memberikan penawaran berbeda dengan mengangkat isu terkini. Misalnya, pada satu edisinya ***Gogirl!*** membahas bagaimana menghabiskan masa liburan dengan hal yang bermanfaat seperti mendaur ulang barang-barang bekas, ikut membantu di panti sosial, merapikan rumah dan mendata semua barang atau buku milik pribadinya. Tentu hal itu lebih berguna daripada menghabiskan liburan hanya dengan jalan-jalan." (Hasil wawancara tanggal 17 Desember 2009)

Di samping kelebihan-kelebihan di atas, majalah ***Gogirl!*** juga memiliki kelebihan dari segi penggunaan bahasa yang ringan dan mudah dicerna oleh para pembacanya. Menurut Kiki, ***Gogirl!*** bagus sekali dilihat dari gaya penulisan yang digunakan dengan

menggabungkan bahasa Indonesia dengan istilah dan idiom Inggris sehingga memperkaya kosakata bahasa asing nya. Sehingga dalam penggunaan bahasa sehari-hari Kiki sering menggunakan gabungan bahasa Inggris-Indonesia, seperti membalas sms dan menulis di blog pribadinya.

> "Secara segmentasi pemasarannya, majalah ini memang cocok untuk kalangan menengah ke atas karena informasi-informasi yang disampaikan sangat terkait erat dengan mereka, soalnya remaja putri umumnya mungkin tidak bisa mengikuti *trend* gaya baik *fashion* atau tempat *hang out* yang disajikan di majalah tersebut. Gosip artis yang digunakan dalam majalah ini juga lebih banyak menggunakan artis *hollywood* yang notabene ada di film luar yang (mungkin) tidak dinikmati remaja kelas menengah ke bawah. Meskipun begitu Majalah ini banyak memberi manfaat bagi pembacanya, seperti mengajarkan pembacanya untuk berhemat dan berkreasi dengan melakukan *mix match* pakaian, *reuse* dan *recycle* barang-barang bekasnya, sehingga majalah ini mampu memenuhi kebutuhan konsumennya." (Hasil wawancara tanggal 17 Desember 2009)

Dari penuturan Kiki diatas peneliti berkesimpulan bahwa Kiki cukup mengetahui majalah ini, dilihat dari nama-nama artikel yang sudah ia ketahui sebelumnya. Tetapi Kiki juga kritis menilai isi dari majalah *Gogirl!* ini, dilihat dari kutipan diatas tentang segmentasi pemasaran, bahwa tidak semua kalangan bisa menerima teks bacaan dalam majalah ini meskipun bermanfaat.

2. Informan 2

Informan kedua adalah bernama Sari atau Aci (sapaan akrab). Saat ini Sari sedang menempuh pendidikan S1 di salah satu perguruan tinggi swasta (PTS) di Yogyakarta dengan mengambil jurusan Teknik Industri. Gadis yang mempunyai panggilan akrab Aci ini mempunyai

hobi menggambar Komik Jepang, jalan-jalan, *shoping*, serta makan-makan (*kuliner*) bersama pacar dan sahabatnya. Aci lahir di kota Bandung pada tanggal 12 Juli 1991. Dari latar belakang lingkungan keluarga, Aci adalah anak perempuan satu-satunya dari empat bersaudara, yang kebetulan keempat saudara Aci adalah laki-laki. Hal itu membuat ia menjadi istimewa dalam keluarga. Masa kecil yang bahagia dan selalu berpindah-pindah membuat Aci tidak mempunyai banyak teman, tetapi Ibu dan kakak-kakaknya yang menjadi sahabat dalam hidupnya.

Menurut Informan kedua yaitu Aci, ketika ditanya tentang majalah ***Gogirl!*** isu-isu yang diangkat serta gaya hidup yang dihadirkan dalam majalah ***Gogirl!***, ia mengatakan bahwa dirinya sering membaca majalah ***Gogirl!***. Ia mengakui kalau ada uang pasti membeli majalah ***Gogirl!***. Kalau dirinya tidak memiliki uang cukup untuk membeli majalah ***Gogirl!***, maka tidak segan-segan meminjam milik temannya.

> "Baca ***Gogirl!*** sering sekali, soalnya kalo lagi ada duit pasti beli ***Gogirl!***, klo lagi nggak ada duit yah,,numpang baca aja di tempat temen yang punya ***Gogirl!***. Kebetulan edisi bulan Oktober aku beli, *all about Music*. Ada juga *Update fashion*nya keren-keren banget, dari sepatu dan baju ada semua, sampe tips-tips ngirit dan cara ndapetin baju yang di *mix n match* oleh majalah ***Gogirl!***. Aku paling suka ini nih dari ***Gogirl!***, kita tahu *budget* yang bakal kita keluarin untuk beli baju yang ada di ***Gogirl!***, soalnya sudah ada *list* harga, dan tahu tempat dimana kita bisa beli nya". Isinya nggak membosankan, walaupun banyak artikel-artikel tentang artis *Hollywood*, tetap menarik, karena hal-hal tidak terduga ada juga di majalah ini. Artis Indonesia gak terlalu banyak di *expose* mungkin karena dah banyak infotaimen kali ya lagian artis kita niru artis luar juga, ya ga sih!?." (Hasil wawancara tanggal 22 Desember 2009)

Remaja 19 tahun ini saat di wawancara Aci mengatakan, bahwa ia sangat menyukai tren *fashion retro, vintage* (era Tahun 70-an dan 80-an). Biasanya ia mencari informasi tentang barang-barang itu melalui internet dan majalah, sampai-sampai Aci sering sekali belanja baju melalui *website shoping* yang ada. Tidak heran kalau Aci kelihatan sangat serius saat membaca artikel tentang *copy and cat* edisi November 2009, dan melihat-lihat mix n match pakaian yang terbaru. Ia mengerti betul isi atau materi daripada majalah ***Gogirl!***, menurutnya ketertarikan dirinya terhadap majalah ***Gogirl!*** karena tema-tema dan rubrik yang diangkat setiap bulannya sangat bervariasi. Tetapi Aci tidak terlalu menyukai bacaaan yang bersifat informatif, seperti tentang *global warming*, isu-isu sosial, ekonomi, dan budaya. Menurut Aci artikel-artikel seperti *global warming*, gosip selebriti, isu-isu sosial, ekonomi, dan budaya bisa ia nikmati secara langsung melalui media televisi.

Dari kutipan diatas, peneliti berkesimpulan bahwa Aci adalah remaja putri yang sangat mengikuti perkembangan gaya hidup terutama *fashion*. Selain itu Aci termasuk konsumen yang sangat mengenal isi teks dalam majalah ***Gogirl!***. Aci juga termasuk remaja yang berekonomi menengah ke atas, dilihat dari penuturannya, ia mampu membeli setiap bulan majalah ***Gogirl!*** yang beredar, karena menurut peneliti harga satu majalah selalu berlainan tergantung isi dan bonus yang didapat dari majalah tersebut, dari Rp 25.000 – Rp 30.000 setiap bulannya.

3. Informan 3

Informan yang ketiga adalah bernama Chika (sapaan akrab). Chika lahir pada tanggal 29 Mei 1983 di Palembang. Wanita lulusan S1 Ekonomi Manajemen ini telah bekerja di salah satu Bank Pemerintah sebagai *staf product development* yang bertugas merencanakan dan mengembangkan suatu produk yang disebut sebagai kartu kredit agar dapat diminati masyarakat. Selain itu Chika mempunyai hobi seperti menari, dan jalan-jalan. Pada tahun 2009 ia memutuskan untuk menikah dengan seorang pekerja di pemerintahan.

Ketika ditanya tentang majalah ***Gogirl!***, berikut penuturan Chika:

> "Meskipun saya sudah berumur 26 tahun, saya adalah salah satu penggemar Majalah ***Gogirl!*** dimana majalah ini banyak dikonsumsi oleh kalangan remaja. Menurut saya majalah ini menyediakan informasi yang dibutuhkan yaitu *trend fashion*, kuliner, pengetahuan alam, gosip artis luar negeri. Yang paling saya suka dari majalah ini adalah dimana kita bisa melihat banyak gambar artis luar negeri dengan *style* dan gaya mereka masing-masing. Trus majalah ini memiliki pemihakan terhadap isu-isu popular yang saat ini marak dibicarakan masyarakat regional dan internasional, cukup menambah pengetahuan saya."
>
> "Saya harus mendapatkan banyak inspirasi agar timbul ide-ide baru untuk meningkatkan pemasaran kartu kredit. Salah satunya saya banyak membaca majalah yang berhubungan dengan gaya hidup dan saya harus *up to date* dengan *trend-trend* sekarang dari berbagai macam kalangan. Dari membaca majalah ***Gogirl!*** juga saya bisa mendapatkan informasi terbaru tentang hobi-hobi yang saya digeluti. Saya kan butuh ide-ide segar, di majalah ***Gogirl!*** banyak informasi, yang saya butuhin apalagi saya pekerja di bidang bisnis kartu kredit, bisa berguna sekali." (Hasil wawancara tanggal 24 Desember 2009)

Dari kutipan diatas, peneliti berkesimpulan bahwa informan ketiga ini adalah wanita dewasa yang masih sangat *modern* dan sangat peduli dengan gaya hidup. Di usianya 26 tahun, ia tidak mau ketinggal

tren-tren terbaru. Dari segi bahasa Chika telihat sudah dewasa, sehingga majalah *Gogirl!* ini tidak hanya dijadikannya sebagai bacaan tantang gaya hidup, melainkan Chika memanfaatkannya untuk mencari ide-ide segar untuk memperlancar pekerjaannya.

III.2. Penyajian Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menulis konstuksi gaya hidup yang digambarkan oleh majalah *Gogirl!* diantara lain yaitu melalui rubrik *fashion*, rubrik '*Couple Of the Month*', dan rubrik '*Chillout Places*'. Kemudian peneliti menuliskan hasil wawancara dan mengiintepretasi masing-masing informan yang dibentuk menjadi sebuah narasi tentang jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepada ketiga informan. Dari interpretasi tersebut timbulkah faktor-faktor yang mempengaruhi para informan tentang penerimaan mereka terhadap gaya hidup yang dikonstruksi oleh majalah *Gogirl!*.

III.2.1. Konstruksi Gaya Hidup *Fashion* Dalam Majalah *Gogirl!*

Munculnya model-model *fashion* terbaru di setiap era membuat masyarakat tidak ingin ketinggalan zaman terutama kaum perempuan. Dari pakaian, celana, tas, sandal, sepatu dan accesories menjadi pilihan remaja putri untuk terlihat lebih *modern* dan *fashionable*. Hal ini tidak semata-mata tercipta dari keiinginan remaja putri melainkan *fashion-fashion* banyak dikonstruksikan melalui majalah yaitu salah satunya majalah *Gogirl!*,

> "Majalah **Gogirl!** dengan rubrik *fashion* nya dapat melihat kebutuhan pembaca remaja yang ingin tampil menarik dan terkini. Dalam rubrik tersebut dimuat foto-foto selebritis dunia maupun busana-busana rancangan desainer ternama. Rubrik tersebut memberikan rekomendas igaya berbusana, harga hingga tempat penjualan. Dilengkapi pula dengan tips and trik berbusana sesuai karakter diri. Memberi pilihan beragam sesuai kebutuhan individu. (http://www2.kompas.com/gayahidup/news/0404/11/230210.htm, diakses tanggal 3 April2010)

Dimana menurut peneliti, rubrik *fashion* ini paling banyak ditampilkan sendiri di dalam majalah **Gogirl!**, tidak diherankan karena majalah **Gogirl!** memuat rubrik *fashion* yang menjadi rubrik unggulan. **Gogirl!** memiliki tiga pilar, yaitu pilar konten termasuk feature dan layoutnya, pilar *fashion* dan bisnis. (http://mix.co.id/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=207, diakses tanggal 3 April).

Fashion-fashion yang dikonstruksi seperti pakaian atas (*blazer*, kaos, jacket, *thank top*, kemeja, mini dress), pakaian bawah (*hotpants*, *legging, jeans, mini skirt, vintage skirt*), accesories (anting, cincin, gelang, kalung, topi, *scraft*, bando), sepatu (*vintage shoes*, *flat shoes*, *boots*) dan sandal (*highheels*, *floop,* jepit) yang banyak dihadirkan dengan corak warna-warni, dari merk-merk terkenal di manca negara dan Indonesia, yang banyak terinspirasi dari *fashion-fashion* artis luar dan dalam negeri. **Gogirl!** nampaknya tidak dapat melepaskan diri dari dunia *fashion* industri yang berkiblat pada artis-artis *Hollywood*.

setiap edisinya (http://deajeng.blogspot.com/2007/12/is-gogirl-blame-blame-mag azine.html, diakses tanggal 3 April 2010), dan juga salah satu *feature* yang membuktikan banyaknya *icon fashion* selebritis luar negeri di majalah ini adalah adanya artikel berjudul *Hollytrend* yang memberikan panduan bagi para remaja putri untuk mengetahui tren terakhir di *Hollywood* dan bagaimana untuk mendapatkan produk yang mirip yang ada di Indonesia.

Sementara harga-harga pakaian, celana, sepatu ditawarkan tidak semua kalangan yang bisa membelinya, sesuai dengan apa yang dikatakan Moran. Kebanyakan *fashion* yang ditawarkan untuk remaja putri dengan status ekonomi menengah keatas. Namun di majalah ini juga memberikan panduan untuk me-*matching fashion*, dan juga cara berkreasi dengan pakaian yang sudah lama tidak dipakai menjadi pakaian modern, sehingga masyarakat bisa mendapat informasi yang berguna tidak hanya *fashion* nya melainkan bagaimana kita menciptakan *fashion*.

Pihak majalah pasti menginginkan khalayak pembaca terpengaruh dengan bujukan-bujukan *fashion* yang ditampilkan melalui iklan-iklan, pakaian artis-artis dann gambar-gambar menarik, tetapi kembali kepada pembaca itu sendiri, karena khalayak sekarang mempunyai sudut pandang mereka masing-masing terhadap serangan gaya hidup yang tak henti-hentinya

membawa khalayak kedalam gaya hidup hedonis. Seperti yang dikatakan Oleh Anita Moran sebagai *editor and chief* majalah ***Jogirl!***, pada edisi '*fashion issue*' bulan Agustus 2008, ia mengatakan bahwa dunia model diliputi oleh model-model berbadan kurus dan itu dijadikan hal yang indah di masyarakat, ia pun mengatakan bahwa dengan keadaan yang seperti itu media dan industri *fashion* lah yang dipersalahkan karena telah menampilkan keadaan yang tidak sebenarnya di dunia nyata. Menurutnya, mau tidak mau industri *fashion* dan media memang harus melakukan hal itu karena tuntutan masyarakat yang selalu ingin melihat hal yang baru dan tidak sesuai dengan keadaan dunia nyata. Atau lebih jelasnya masyarakat ingin selalu diberikan mimpi-mimpi tentang hal-hal yang tidak mungkin ia miliki, layaknya berpenampilan *perfect* seperti para model tersebut. Dia memang tidak memungkiri bahwa baju-baju yang ditampilkan pada setiap edisi majalah ***Jogirl!*** hanya cocok digunakan oleh orang-orang berbadan ramping, dan ia meminta tolong kepada seluruh pembaca ***Jogirl!*** agar dapat membedakan mana yang merupakan *showcase* (tampilan panggung) dan kehidupan nyata.

Sebagai contoh dari pernyataan diatas adalah Majalah ***Jogirl!*** edisi 27 bulan April '*Role Model Issue*' dimana di dalam bagian *Fashion* terdapat artikel empat belas halaman berjudul *Fashion A to Z: Everything Hot this Season.* Hampir semua

produk-produk yang disajikan dalam artikel ini merujuk pada produk-produk yang digunakan oleh selebritas Hollywood seperti Nicole Richie, Mischa Barton, Jessica Alba, Hilary Duff, Rihanna, Victoria Becham, dan lain-lain. Dengan judul *Fashion A to Z "Everything Hot Tthis Season"*, maka dapat dimaknai bahwa produk-produk yang akan beredar dan disebut-sebut mengikuti tren adalah produk-produk yang digunakan selebritas tersebut. Para selebritas tersebut dianggap memiliki selera terbaik dalam menggunakan produk-produk *fashion* sehingga yang mereka gunakan akan terkenal. Jika diartikan kembali, selebritas Amerika mempunyai gaya yang lebih baik untuk kaum perempuan Indonesia untuk ditiru.

Dengan menggunakan penggambaran bahwa remaja putri barat harus dijadikan acuan untuk kiblat *fashion*, dan bukti-bukti dari pernyataan Anita Moran tentang *fashion* di atas maka, peneliti berkesimpulan bahwa *fashion* yang dikonstruksi dalam majalah ***Gogirl!*** adalah *fashion* industri yang berkiblat pada artis-artis Hollywood, dengan selalu menampilkan model-model berbadan ramping, dan juga harga *fashion* yang ditawarkan tidak bisa dijangkau semua kalangan. Majalah ***Gogirl!*** masuk kedalam kategori produk lokal yang ingin tampil global, dalam hal ini dipengaruhi oleh *trend* yang menganggap bahwa produk-produk budaya dari barat lebih baik dan patut dijadikan panutan.Tetapi peneliti meyakini bahwa kaum perempuan sekarang sudah bisa

memilih, memaknai pesan-pesan dalam majalah yang mereka tangkap sesuai dengan kebutuhan, dan latar belakang budaya sosial.

III.2.2.Konstruksi Gaya Hidup Remaja Putri dalam Rubrik "*Couple Of The Month*"

Selain *fashion* hal yang menarik dikalangan para remaja putri adalah masalah pacaran. Pacaran merupakan salah satu gaya hidup yang dijalani oleh remaja saat ini. Dalam islam pacaran itu tidak didapatkan satu ayat pun yang menerangkan tentang pacaran itu sendiri. Namun zaman telah mengkonstruksi pacaran menjadi suatu kebiasaan yang alami dan biasa dijalani oleh kebanyakan remaja walaupun tidak dipungkiri masih ada juga para remaja yang tidak mengikuti gaya hidup berpacaran remaja-remaja kebanyakan. Dalam penelitian sebelumnya tentang penerimaan mengatakan "Majalah **Gogirl!** menggambarkan citra remaja putri metropolitan sesuai dengan fenomena yang terjadi.

Remaja-remaja kebanyakan dalam pacaran sangat membutuhkan publikasi, eksistensi dan pengakuan dari lingkungannya. Hal ini juga yang di uraikan dalam artikel majalah **Gogirl!** yang berjudul "*couple of the month*" remaja-remaja saat ini senang bermesraan di depan umum bahkan pada jejaringan sosial sekalipun mereka ingin memperlihatkan

eksistensi mereka dengan menampilkan foto-foto mesra mereka. Tentu saja ada beberapa orang yang menerima artikel ini sebagai bacaan tetapi ada juga yang mempunyai penerimaan lain berdasarkan pemahaman mereka terhadap hal berpacaran. Melihat fenomena yang ada saat ini terhadap pergaulan antara laki-laki dan perempuan yang semakin bebas dengan segala kecanggihan teknologi yang ada mereka dapat menampilkan kemesraan. Ini sangat bertolak belakang dengan norma dan nilai-nilai lelehur kita. Seperti yang dikatakan oleh salah satu penelitian tentang pengaruh majalah *franchise* oleh mahasiswa di Perguruan Tinggi Bandung dalam penelitiannya ia menuturkan bahwa;

> "ada majalah remaja putri di Indonesia yakni **Gogirl!**. Majalah ini merupakan majalah asli buatan Indonesia. Namun yang terdapat di dalamnya tidak jauh berbeda dengan apa yang kita temukan di majalah-majalah *franchise* asing. Isinya adalah tentang budaya *westernisasi* walaupun sebagian masih bertemakan budaya kita namun jumlahnya sangat kecil. (http://studimedia2010.blogspot.com/, diakses tanggal 3 April 2010)

Dari asumsi di atas peneliti setuju dengan yang dikatakan bahwa dalam majalah tersebut isinya banyak tentang budaya barat yang sedikit menampilkan budaya Indonesia sendiri, padahal majalah ini asli buatan anak Indonesia bukan *franchise* dari luar negeri yang memang sepatutnya menghadirkan gaya hidup *western*. Terlihat bahwa majalah ini hampir kehilangan identitasnya, seperti yang **Gogirl!** buat dalam

rubrik *"Couple Of the Month"*, menurut peneliti pacaran digambarkan bahwa hubungan pacaran diawali dengan ketidak seriusan, jika sudah ada kata "jadian" pasangan laki-laki dan perempuan ini tidak boleh memanggil dengan panggilan "Lo atau Gue", serta mereka ingin selalu bersama dan mendambakan akhir yang indah walaupun belum tahu nantinya. Oleh karena itu, peneliti berkesimpulan bahwa, gaya hidup berpacaran yang dikonstruksi dalam majalah ***Gogirl!*** yaitu harus banyak publikasi kepada umum, mementingkan proses pacaran, yang tidak lagi mementingkan budaya Indonesia. Hal yang perlu digarisbawahi bagi generasi bangsa kita adalah menjadi pintar untuk bisa memilih mana yang dan mana yang tidak. Baik dalam bersosialisasi dengan lingkungan sosial kita maupun dalam mengadopsi segala sesuatu hal yang baru. Karena sebagai orang Indonesia yang menganut budaya timur kita harus dapat menjunjung tinggi norma dan adat ketimuran.

III.2.3. Konstruksi Gaya Hidup Remaja Putri dalam Rubrik *Hangout "Chillout Places"* di Majalah *Gogirl!*

Tak bisa dipungkiri globalisasi indusri media dari manca negara dengan modal besar yang mulai marak masuk ke Tanah air sejak tahun 1990-an. Majalah-majalah mode dan gaya hidup transnasional yang terbit dalam edisi khusus dalam Bahasa Indonesia jelas menawarkan gaya hidup yang tak mungkin

terjangkau oleh kebanyakan masyarakat. Namun kini banyak beredar dengan kemasan yang tak kalah lux dibandingkan dengan media transnasional. "Bacaan kawula muda ini banyak menawarkan gaya hidup dengan budaya selera diseputar perkembanganan tren busana, problema gaul, pacaram, *shoping*, dan acara mengisi waktu senggang yang jelas perlahan tapi pasti akan ikut membentuk budaya kawula muda (*youth culture*) yang orientasi gaya hidup *Fun*" (Routledge, 1996:9). Salah satunya nongkrong atau sekedar *hotspot*-an menjadi salah satu budaya anak muda zaman sekarang, tidak hanya anak muda tetapi bapak-bapak dan ibu-ibu suka sekali mencari tempat untuk mengadakan meeting dan arisan atau bertemu teman lama. Kini semakin banyak tempat-tempat *hangout* yang menyediakan bermacam fasilitas agar orang-orang semakin tertarik untuk datang ketempat itu, seperti adanya *giant screen*, area Wi-Fi *free Hotspot* , dan sebagainya.

Salah satunya tempat-tempat *hangout* yang dihadirkan oleh majalah *Gogirl!*. Majalah ini selalu mengadirkan tempat-tempat *hangout* yang rapi, cenderung kemewahan, dan juga makanan dan minuman dengan tampilan ala restoran mahal tentu saja dilengkapi dengan teknologi tinggi untuk pembuatan kopi. Selain itu fasilitas seperti *giant screen*, area Wi-Fi *free Hotspot* sudah pasti ada untuk menarik orang-orang datang ketempat tersebut. Seperti pada rubrik *chillout places* edisi bulan

Februari ini. Majalah ini memperkenalkan tempat *hangout* "*Coffeee Shop*" untuk penikmat kopi. Walaupun yang menjadi target penikmat kopi tetapi majalah ini juga menampilkan menu minuman selain kopi, dan harga yang ditawarkan tidaklah murah, misalnya harga *Iced Coffeee Mocca* Rp 25.000, *Milkshake Strawberry* Rp 19.000, *Iced Oreo Frozzy Mint* Rp 20.000. Cukup mahal untuk kalangan masyarakat menengah kebawah. Ini terbukti dengan penyampaian bahasa yang digunakan dalam majalah *Gogirl!* sebgai berikut;

> "Kalo kamu pengen merasakan nuansa industrial ketika menyantap makanan, tempat ini yang paling tepat. Konsep restoran yang cukup unik ini tersaji dalam dua lantai, dilengkapi dengan 3 *private room* loh, karena sang owner pengen mengangkat tema restoran Industrial *Warehouse* tahun 1965 di restonya ini. Memasuki lantai bawah, nuansa warehouse sangat terasa dari dekorasi interior yang undone, alias seperti bangunan belum selesai."
> (http://gogirlmagz.com/beta/entry/1/about,diakses tanggal 3 April 2010).

Dari salah satu artikel majalah *Gogirl!* diatas terbukti bahwa tempat *hangout* yang dihadirkan adalah tempat-tempat yang tidak sembarang orang bisa kesana, kesannya sangat mewah, dan fasilitas-fasilitasnya tidak banyak terdapat di tempat *hangout* lainnya. Dengan kata lain tempat *hangout* yang dihadirkan tidak bisa dijangkau oleh semua kalangan. Tetapi majalah ini juga menyelipkan tips-tips apa yang harus dilakukan dan manfaat dari dari tempat *hangout* itu sendiri. Jadi tidak hanya menghabiskan waktu saja, melainkan masyarakat harus

tahu apa kepentingan untuk datang ke tempat *hangout* seperti *Coffeee Shop,* tidak hanya sekedar nongkrong saja melainkan *meeting*, koneksi internet, dan sebagainya.

III.3. Penyajian Data Penerimaan Perempuan

III.3.1. Penyajian Data Tentang Penerimaan Perempuan Terhadap Gaya Hidup Fashion dalam Rubrik *Fashion* Majalah *Gogirl!*

Pada informan pertama yaitu Kiki, ketika ditanya tentang *fashion* Kiki berpendapat bahwa *fashion* dalam majalah *Gogirl!* adalah:

> "sangat bagus, karena memang terkesan *stylish.* Namun sayangnya *fashion* tersebut hanya untuk remaja kalangan menengah ke atas dan berada di kota besar karena selain harga yang ditawarkan tergolong mahal untuk remaja, barang yang ditawarkan juga hanya bisa didapat di toko yang berada di kota-kota besar. Tetapi *fashion* yang terdapat di majalah *Gogirl!* sepertinya agak tidak sesuai sama saya. Karena saya pernah melihat sepasang sepatu dengan harga Rp. 750.000 hingga Rp. 1. 200.000-an." (Hasil wawancara tanggal 17 Desember 2009)

> "sayangnya sepertinya gaya baju tersebut hanya bisa diaplikasikan pada remaja yang tinggal di daerah perkotaan karena di daerah terpencil pakaian tersebut kurang bisa digunakan karena mungkin akan terkesan aneh dan norak, selain itu pakaiannya minim-minim dan tidak menutup aurat tidak memungkinkan untuk dipakai sepeti legging yang membentuk lekuk paha, rok mini, dan *hotpants*. apalagi tren-tren yang ditampilkan kebanyakan artis luar, padahal tidak semua tren luar negeri bisa cocok untuk remaja putri Indonesia." (Hasil wawancara tanggal 3 Mei 2010)

Dari hasil wawancara diatas, bahwa *fashion* dalam majalah *Gogirl!* tidak begitu menjadi inspirasi Kiki karena Kiki

adalah gadis berjilbab. Yang mana tidak semua *fashion* yang ditampilkan majalah ***Gogirll*** dapat digunakan untuk seorang yang notabene berjilbab. Seperti yang dinyatakan oleh Sapir dalam Barnard, " Istilah *fashion* di dalamnya mengandung nada persertujuan atau ketidaksetujuan" (Sapir dalam Barnard, 1996: 2). "*Fashion* artis luar negeri tidak ada yang berjilbab, mana mahal-mahal. Apalagi saya seorang mahasiswa yang belum berpenghasilan", tutur Kiki. Bisa dilihat dari kutipan diatas bahwa penerimaan Kiki terhadap *fashion* dalam majalah tersebut kurang setuju, dari segi ekonomi majalah ini menampilkan *fashion* pakaian yang cukup mahal, dan tidak terjangkau dengan Kiki. Selain itu dengan kondisi ia memakai jilbab, ia menyatakan bahwa lebih suka membaca majalah seperti Annisa sebagai *uptade fashion* nya. Namun Kiki tidak memungkiri bahwa ada juga *fashion* yang dapat ia gunakan dan cocok untuk seorang perempuan berjilbab, namun tidak banyak terdapat dalam majalah ***Gogirll*** tersebut.

Sedangkan informan kedua yaitu Aci. Ketika Aci ditanya soal *fashion* dan konstruksi *fashion* dalam majalah ***Gogirll***, berikut penuturannya;

> "Aku paling suka ini nih dari ***Gogirll***, kita tahu *budget* yang bakal kita keluarin buat beli baju yang ada di ***Gogirll***, soalnya udah ada *list* harga, dan tau tempat dimana kita bisa belinya. Ditambah lagi *Update fashion*nya keren-keren banget!!, dari sepatu, *hot pants*, *jeans*, rok, baju ada semua deh, sampe tips-tips ngirit dan cara ndapetin baju yang di *mix n match* pun ada

> jadi aku bisa lain dari pada yang lain. Tapi aku nggak sering *update fashion* loh mba, sesekali boleh aja niru baju-baju or model terbaru asal nggak terlalu tergila-gila, yang penting nggak ketinggalan mode aja biar tahu dunia luar. Beda banget sama temen-temenku waktu SMA mbak , temen-temenku dulu waktu SMA tergila-gila sama ***Gogirll***, semua mau ditiru, dari kalung, rambut, dandanan, *gadget,* duh jadi lebay liatnya. Padahal inikan Jogja, Jogja blm banyak orang yang mau gaya kayak mereka." (Hasil wawancara tanggal 22 Desember 2009)

> "apa yang dikonstruksi sama ***Gogirll*** sih menurutku wajar-wajar aja, soalnya sesuai dengan realita anak muda zaman sekarang, ada yang pake legging, accesories vintage, yang jadi tren sekarang, ga salah dong kalau majalah ***Gogirll*** menampilkan tren-tren pakaian, tapi ga semua remaja bisa masuk ke dalam realita yang diangkat oleh ***Gogirll***, soalnya *fashion* di majalah ***Gogirll*** banyak banget buat remaja yang langsing dan tinggi, padahal kan sekarang banyak juga remaja yang badannya gemuk atau besar" (Hasil wawancara tanggal 3 April 2010)

Berdasarkan kutipan diatas, peneliti berkesimpulan bahwa penerimaan Aci sebagai remaja saat ini, Aci sangat tertarik terhadap *fashion,* terutama yang dihadirkan oleh ***Gogirll.*** Walaupun ia mengatakan ia lain daripada yang lain menurut peneliti, ia tidak jauh berbeda dengan teman-temannya sewaktu SMA. Dilihat dari hobinya *mix n match* pakaian. Tetapi Aci asedkti keberatan dengan ditampilkan *fashion-fashion* yang hanya diperuntukkan untuk remaja yang langsing dan tinggi, pada kenyataannya sekarang banyak remaja putri yang tidak mempunyai badan seperti itu

Pada informan ketiga yaitu Chika. Ketika ditanyakan tentang *fashion* dan konstruki *fashion* dalam Majalah ***Gogirll***,

ia mengatakan bahwa;

> "sebagai perempuan, sudah sepantasnya sangat memperhatikan gaya hidup dan penampilan cara berpakaian dan lain sebagainya. Kenyamanan dalam berpakaian akan membantu dalam berinteraksi dengan orang banyak. Apalagi para remaja putri saat ini yang sangat perhatian terhadap model pakaian-pakaian baru yang dibuat oleh desainer-desainer ternama. Saya pernah mendapati remaja putri sedang menenteng majalah ***Gogirl!*** ketika berbelanja di Mangga Dua Jakarta. Soalnya di halaman belakang majalah ***Gogirl!*** ada alamat lengkap, kebetulan ***Gogirl!*** sering menampilkan *fashion* yang dijual di Mangga Dua. Makanya majalah itu sampai dibawa-bawa oleh remaja tersebut." (Hasil wawancara tanggal 24 Desember 2009)

> "Konstruksi *fashion* dalam majalah ***Gogirl!*** cenderung memberikan sentuhan sentuhan yang unik dan lucu, bahkan terkesan sangat *modern*, sehingga menambah wawasan. Walaupun pada awalnya pembaca tidak bisa meng *explore* pakaiannya. Setelah melihat tampilan *fashion* dalam majalah ***Gogirl!*** tersebut terbentuk bahwa *fashion* yang bagus dan modern itu salah satunya *fashion* yang ditampilkan oleh majalah ini. Saya pun menyadari walaupun diperuntukkan bagi remaja tetapi saya merasa saya masih pantas memakain *fashion* dalam majalah ini, karena menurut saya *fashion* yang ditampilkan ***Gogirl!*** banyak untuk wanita dewasa, ada yang pantas untuk remaja ada yang juga tidak pantas. Remaja sekarang terlihat lebih dewasa dibandingkan remaja dahulu, ***Gogirl!*** pun ikut meghadirkan *fashion-fashion* sesuai dengan tren anak muda." (hasil wawancara tanggal 2 April)

Berdasarkan penuturan Chika, peneliti berkesimpulan bahwa Chika termasuk wanita dewasa yang ingin tetap kelihatan seperti remaja, tetapi menurut peneliti Chika termasuk tipe yang berhati-hati dalam menentukan *fashion*-nya, baik dari segi materi dan tren *fashion* itu sendiri. Tetapi dalam hal ini Chika pintar memilih apa yang harus ia pakai

dalam keseharian dunia kerja maupun sosialnya.

III.3.2. Penerimaan Khalayak Terhadap Gaya Hidup Pacaran dalam Rubrik Pacaran: *"Couple Of the Month"* Majalah *Gogirl!*

Pada informan pertama Kiki. Walaupun Kiki sangat menikmati majalah ini tetapi ada beberapa artikel yang diteliti peneliti tidak diminati oleh Kiki yaitu tentang pacaran. Ketika ditanya tentang bagaimana konstruksi gaya berpacaran dalam majalah *Gogirl!* Kiki berpendapat bahwa dalam rubrik "*Couple of The Month*"ini :

> "Pacaran remaja saat ini sepertinya sangat membutuhkan publikasi, eksistensi, aktualisasi dan pengakuan dari lingkungannya. Buktinya mereka senang memperlihatkan kemesraan mereka di lingkungan publik melalui artikel ini. Tidak hanya secara langsung, tapi juga dengan media jejaring sosial di internet. Dengan meng *update* kabar terbaru tentang ia dan pacarnya, meng *upload* foto mesra mereka, atau memuja muji di *wall* atau testimoni sampai dijadikan artikel dalam majalah seperti ini. Terlalu berlebihan menurut saya." (Hasil wawancara tanggal 17 Desember 2009)

> "di majalah *Gogirl!* ada artikel-artikel khusus yang masih berhubungan dengan masalah percintaan anak remaja, jadi mereka bisa menambah ilmu dan pengalaman dengan adanya artikel tersebut. Tetapi artikel *couple of the month* ini agak kurang mendidik, karena tidak mengajarkan para pembacanya untuk pacaran sehat, beragama, dan juga sesuai dengan budaya kita. Di artikel ini tidak terkesan menggurui sehingga remaja lebih suka, tapi menurut saya malah mengajarkan budaya barat yang seharusnya tidak diajarkan. Mungkin perbedaan zaman yang membuat remaja terlalu mempublikasikan hubungan mereka,

karena *Gogirl!* menyesuaikan dengan kenyataan yang ada" (Hasil wawancara tanggal 3 Mei 2010)

Dalam praktek kesehariannya Kiki mengatakan tidak akan seperti kebanyakan orang berpacaraan saat ini, apalagi seperti artikel "*Couple of the month*". Kiki hanya melakukan hal senormal yang ia anggap itu sebagai batas-batas dalam berpacaran, misalnya mengabari pacarnya setelah pulang kuliah dengan menelepon.

Sedangkan menurut Aci sebagai informan kedua, ia kelihatan tidak bosan menikmati majalah *Gogirl!* karena banyak hal tidak terduga ternyata ada di dalamnya. Seperti saat membaca artikel tentang "*Couple of the month*" tentang pacaran. "Enak banget bisa ketemu tiap hari, kalau aku mana boleh, terbates banget. Mana sekarang udah jarang banget ketemu pacarku", tutur Aci. Menurut pendapat Aci artikel ini hanya memberi informasi tentang proses pacaran yang seharusnya tidak terlalu bebas dan dipublikasikan. Aci juga mempunyai pacar, tetapi kakak-kakaknya cukup *protect* terhadapnya sehingga membuat Aci tidak terlalu sering bertemu pacarnya. Berbeda sekali dengan cerita dalam artikel ini, si gadis sampai satu kampus dengan pacarnya, sehingga intensitas ketemu juga bisa setiap hari. Berikut jawaban Aci tentang gaya berpacaran dalam majalah *Gogirl!*:

"Cerita dari awal pendekatan sampai jadian seru banget yah, walaupun agak berlebihan tapi romantis

juga. Mereka dulu musuhan terus jadiannya rada aneh gitu, apalagi bisa bertahan sampe 3 tahun, waw hebat juga. Sayangnya menurut cerita di artikel ini, mereka awalnya nganggep pacaran ini bukan hal yang serius. Padahal bagiku pacaran itu nggak boleh main-main." (Hasil wawancara tanggal 22 Desember 2009)

"Menurutku apa yang dibuat oleh *Gogirl!* cuma sekedar bacaan biasa tentang sepasang remaja yang mengawali proses pacaran yang sampai sekarang masih terjalin. Mungkin kalau hubungan kita yang dijadikan cerita dalam artikel ini, pasti beda-beda kan. Jadi *Gogirl!* ga menuntut remaja untuk melakukan apa yang diceritakan oleh majalah ini, Cuma buat tambahan bacaan aja" (Hasil wawancara tanggal 3 Mei 2010)

Ketika hal ini ditanyakan kepada informan ketiga Chika, ia tidak terlalu tertarik adalah tentang *Couple of the month*, menurut Chika pacaran itu;

"sekarang sudah agak bebas, orangtua kurang mengontrol keberadaan anak saat diluar ataupun pas lagi pacaran. Seharusnya orangtua punya ketegasan agar anak remaja sekarang tidak melebihi batas norma dan agama. Gaya anak zaman sekarang, mengumbar kemesraan untuk banyak orang. Karena menurut saya hal tersebut adalah privasi tidak perlu diinformasikan ke orang banyak. Kalau ternyata mereka putus pasti sangat tidak enak ke depannya." (Hasil wawancara tanggal 24 Desember 2009)

Ketika ditanya tentang konstruksi gaya berpacaran dalam majalah *Gogirl!* berikut penuturan Chika;

"Konstruksi yang coba ditampilkan oleh majalah *Gogirl!* mengadopsi gaya berpacaran orang barat yang memiliki kultur yang sangat berbeda dengan kita. Menurut saya gaya berpacaran dalam majalah ini penuh dengan publikasi bahkan terkesan bebas. Ini beda banget sama budaya kita, yang mengutamakan nilai-nilai agama dan sopan santun. Remaja masih dalam keadaan labil, yang ditakutkan apa diinformasikan dalam majalah ini aka ditiru. Tetapi saya yakin pasti orang tua sudah mengajarkan agama kepada anak-

anaknya, serta punya ketegasan dalam menjalin hubungan. Sehingga apapun yang dikonstruksikan dalam majalah tergantung pada nilai-nilai agama dan budaya yang dianut" (Hasil wawancara tanggal 2 Mei 2010)

III.3.3 Penerimaan Khalayak Terhadap Gaya Hidup *Hangout* dalam Rubrik *ChillOut Places: Coffee Shop* Majalah Gogirl

Pada informan pertama yaitu Kiki, ketika ditanyakan tentang artikel *Chillout Places "Coffee Shop"*, berikut penuturan Kiki:

> "di majalah ini cuma tempatnya keren-keren dan asik, tapi sayangnya harga yang ditawarkan relatif mahal-mahal, dan kurang menjangkau. Apalagi kan saya sebagai mahasiswa, harus pinter-pinter ngatur keuangan. Di Jogja juga banyak *Coffee Shop*, bedanya kalau di Jogja *Coffee Shop* nya murah-murah, dan enak-enak lagi, dibandingkan dengan Jakarta, kayak *Coffee Shop* di artikel ini, *Cozy* sih tapi Mahal. Oh iya satu lagi, sepertinya majalah ini fokus pada pemberitaan seperti tempat *hangout* yang ada di kota-kota besar saja. Jadi nggak menjangkau semua wilayah, sayang juga kan." tutur Kiki."

Saat ditanya tentang bagaimana konstruksi tempat *hangout* yang ditampilkan Gogirl, berikut penuturannya;

> "Tempat *hangout* dalam majalah ini yang nyaman dengan desain yang modern, namun tidak semua kalangan bisa melakukaknnya, gimana kalau remaja putri yang membaca artikel ini berada dalam perekonomian yang sulit. Sangat disayangkankan, walaupun tempatnya keren, dan makanannya enak tetapi menurut saya tempat yang dihadirkan tidak cocok untuk remaja karena kebanyakan tempat tersebut untuk orang dewasa yang design interiornya elegan dan minimalis, sedangkan remaja terkesan dengan corak warna-warni" (hasil wawancara tanggal 3 Mei 2010)

Kiki mengakui kalau ia juga menyukai artikel *Chillout Places* ini, apalagi bahasa-bahasa yang digunakan mudah dimengerti anak-anak muda zaman sekarang, tidak terlalu berat membaca artikel ini. Tetapi menurutnya tempat-tempat yang dihadirkan oleh ***Gogirll*** hanyalah *Coffeee Shop* yang harganya relatif mahal, tidak cocok bagi mahasiswa kebanyakan. Sedikit berbeda dengan ***Gogirll*** yang selalu menampilkan tempat-tempat terkenal, nyaman tentu saja dengan sajian makanan dan minuman yang enak-enak. Baginya hal yang ia sukai adalah artikel ini memberitahu kegunaan sebuah *Coffeee shop* yang ***Gogirll*** tulis dalam "*Things to do there*". Jelas sekali bahwa hal seperti *meeting point, browse till you drop, meet new people*, adalah kebudayaan anak-anak remaja dan dewasa saat ini. Sehingga penerimaan Kiki terhadap teks-teks hanya bermanfaat utnuk menambah pengetahuan terutama tentang tempat-tempat *hangout.*

Sedangkan Chika mengatakan bahwa juga menyukai bacaan tentang *chillout places.* Semenjak membaca ***Gogirll*** menurut chika pengetahuannya semakin bertambah dalam hal kuliner dan karena majalah ini menghadirkan tempat-tempat yang tidak diketahui sekarang diketahui karena membaca ***Gogirll.*** Berikut penuturan Chika saat ditanyakan tentang rubrik *Chillout Places; Coffee Shop*;

> "Budaya nongkrong juga digandrungi kehidupan remaja sekarang. Untuk itu ketika mereka bosan dengan tempat nongkrong mereka, ***Jogjakl*** sering sekali memberikan info-info tempat nongkrong ataupun wisata kuliner dari berbagai kota di Indonesia. Dulu saya nggak tahu banget tempat *hangout* yang makanannya enak sekaligus *cozy,* setelah ada temen yang rekomendasiin, kenapa nggak di coba kan. Apalagi informasi yang dihasilkan oleh ***Jogjakl*** sangat lengkap, jadi gampang banget nemuin tempatnya. Begitupun dengan info lain seperti *upcoming movie,* buku terbaru, atau pengetahuan yang bermanfaat lainnya.". (Hasil wawancara tanggal 24 Desember 2009)

> "*Hangout* dilakukan pada saat renggang atau ada keperluan bisnis, tidak hanya sekedar menghabiskan waktu. Menurut saya *Chillout places* yang dihadirkan keren-keren apalagi ditampilkan dengan gambar makanan dan minuman yang enak ala chef, tetapi kita juga harus tahu tujuan untuk *hangout* itu sendiri. Contohnya saya, saya mempunyai bisnis online yang mendukung saya untuk melakukan transaksi kepada klien ditempat-tempat seperti *Coffee shop*, jadi tidak hanya sekedar duduk nongkrong, tapi ada aktivitas dan tujuan dari hangout itu sendiri" (hasil wawancara tanggal 2 April 2010)

Menurut Chika yang sering melakukan pertemuan *meeting* di luar, ia menuturkan bahwa artikel ini sangat bermanfaat baginya. Tempat-tempat yang nyaman untuk melakukan bisnis atau hanya sekedar *hangout* besama teman kantor dikemas menjadi sangat menarik. Memang banyak *Coffee shop* seperti *Starbuck, Exelso* yang sudah terkenal, tetapi menurut Chika ***Jogjakl*** telah memberikannya alterlatif baru *Coffee shop* yang tidak ramai dan nyaman. Hal sama juga dituturkan oleh Aci. Aci sebagai mahasiswa aktif di Jogja mengatakan bahwa, menurutnya artikel ini membahas tempat-tempat seperti *Coffee*

Shop dengan bahasa dan bahasan menarik, tetapi sayangnya ia tidak berada di Jakarta, karena rata-rata tempat yang di sarankan oleh *Gogirl!* berada disana, sedangkan Aci di kota Jogja, sehingga membuat Aci menganggap bacaan ini hanya untuk menambah wawasannya dalam hal kuliner.

> "kitakan di Jogja banyak juga tempat-tempat kayak gitu, tapi ga senyaman yang ditampilin majalah, aku liat sih kalo di Jogja tempat nongkrong pasti rame, trus tempatnya banyak terbuat dari bambu-bambu, beda banget sama yang di majalah. Kalo yang di majalah jelas keren-keren, minuman dan makanannya kelihatan lebih enak dan bervariasi, tetapi tempat *hangout* ini tidak ada ciri khas Indonesia nya. Cenderung kebarat-baratan. Kenapa ngga menghadirkan tempat-tempat sederhana seperti yang ada di Jogja. Walaupun tempatnya terbuat dari bambu tempat *hangout* di Jogja juga sudah mulai menggunakan teknologi tinggi" (Hasil wawancara tanggal 22 Desember 2009)

III.4. Hasil Analisis Penerimaan Khalayak Terhadap Rubrik *Fashion, Couple of The Month,* dan *Chillout Places*

Penelitian ini merupakan penelitian yang meneliti tentang bagaimana penerimaan khalayak terhadap gaya hidup remaja putri yang dikonstruksi dalam majalah *Gogirl.* Untuk mendapatkan jawaban terhadap pokok masalah penelitian, peneliti mencari informan yang sesuai dengan syarat yang sudah ditentukan, dan meminta ketiga informan membaca teks-teks yang telah ditentukan oleh peneliti, serta melihat aktivitas membaca ketiga informan, dan terakhir melakukan wawancara mendalam yang dilakukan di tempat tinggal masing-masing informan secara tatap muka. Peneliti membebaskan para informan dalam memaknai isi teks, menafsirkan teks-teks yang sudah di tentukan

oleh peneliti. Dengan alasan, bahwa ketiga informan berasal dari lingkungan berbeda, memiliki latar belakang keluarga, usia, dan pendidikan yang berbeda pula, sehingga memungkinkan jawaban-jawaban para informan akan berbeda, atau malah terdapat jawaban yang ganda terhadap gaya-gaya hidup yang terdapat dalam majalah ***Gogirl!***.

Peneliti menganalisis majalah ***Gogirl!*** melalui kajian *reception* memfokuskan pada pengalaman ketiga informan, serta bagaimana penerimaan diciptakan melalui pengalaman tersebut. Untuk itu peneliti menggunakan lima rubrik yang terdapat dalam majalah ***Gogirl!***, agar menghasilkan penafsiran yang tegas dari informan berkaitan dengan gaya hidup remaja putri. Hasil dari penelitian ini merupakan sudut pandang masing-masing informan yang telah membaca dua edisi majalah ***Gogirl!***.

III.4.1 Hasil Analisis Penerimaan Khalayak terhadap Konstruksi Gaya Hidup *Fashion* dalam Majalah ***Gogirl!***

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dalam meneliti, maka menurut peneliti para informan memiliki penerimaan atau pemahaman yang berbeda-beda setelah mambaca majalah sesuai dengan faktor-faktor sosial yang mempengaruhi mereka. Seperti Kiki memandang bahwa *fashion* yang ditampilkan dalam majalah ***Gogirl!*** tidak mempengaruhi *fashion*nya, karena dalam majalah tersebut tidak menampilkan *fashion-fashion* dengan *style* perempuan berjilbab seperti majalah *Anggun* dan *Alia* yang pernah ia baca. Kiki meng *update style* nya melalui media

televisi, dengan memperhatikan artis-artis berjilbab. Ini disebabkan karena Kiki termasuk muslimah berjilbab, sedangkan *fashion-fashion* dalam majalah tersebut tidak sesuai dengan kaidah islam yang sudah ia pahami sebelumnya, seperti penuturan Aci "pakaiannya minim-minim dan tidak menutup aurat". Menurutnya apa yang telah diatur didalam Al-Quran mengenai *fashion* itulah yang berlaku bagi setiap wanita muslim hal ini sesuai dengan yang diajarkan dalam islam bahwa aurat seorang wanita adalah seluruh tubuhnya kecuali muka dan telapak tangan. "Itu sama artinya bahwa setiap perempuan Islam yang sudah baligh wajib menutup seluruh tubuhnya dari ujung kepala hingga ujung kaki (kecuali telapak tangan dan muka" (http://abiems.com/tips-dan-triks/remaja-dan-keluarga/40-pakaian -wanita-islam, di akses tanggal 1 April 2010). Berdasarkan kaidah islam tersebut maka wajar jika Kiki dalam memilih *fashion* yang ia pake lebih selektif. Sehingga penerimaan Kiki terhadap *fashion* majalah *Gogirl!* hanya sebuah bacaan sederhana yang ia anggap penambahan informasi tentang *fashion,* sehingga informasi tersebut ia pilih yang sesuai dengan kepentingannya. Misalnya macam-macam tren *legging* terbaru di majalah *Gogirl!* yang saat ini dipakai oleh remaja sebagai peganti celana, sedangkan menurut Kiki *legging* saat dipakai sangat ketat, dan membentuk lekuk tubuh. Hal ini disebabkan karena Kiki berpendapat "*I have my own style*", itulah yang

menjadi sebab mengapa ia tidak begitu *excited* dengan rubrik *fashion* yang dihadirkan oleh majalah ini. Selain itu, Kiki pernah melihat salah satu pakaian dalam majalah **Jogirl!** yang harganya hampir mencapai 1 juta rupiah. Meskipun sudah ada label dan tempat membelinya Kiki merasa harga-harga pakaian, sepatu, tas dan lain-lain terlalu mahal. Kesederhanaan Kiki yang ia pelajari dari kedua orang tuanya membuat ia tidak ingin menghambur-hamburkan uang, apalagi dalam hal *fashion* yang menurutnya tidak terlalu penting.

Sementara Aci adalah seorang remaja yang sangat mengikuti tren *fashion.* Aci mudah sekali mendapatkan barang yang ia inginkan. Budaya konsumtif yang ia anut sejak kecil membuat ia menjadi penikmat *fashion.* Hal ini disebabkan karena Aci adalah anak perempuan satu-satunya dan hidup selalu bercukupan. Latar belakang keuangan keluarga mendukunnya untuk mengkoleksi barang-barang *vintage* dengan harga yang mahal sekalipun bisa ia dapati. Bisa dikatakan Aci termasuk remaja yang *fashionable*, sehingga ia tidak khawatir untuk menerima kehadiran *fashion-fashion* dalam majalah tersebut. Walaupun ia mengatakan ia bukanlah gadis yang selalu meng *update fashion*-nya dalam hal penampilan, tetapi jika dilihat dari keseharian Aci, menurut temuan peneliti *style* Aci tidak jauh berbeda dengan yang ada di majalah **Jogirl!**, walaupun tidak mencangkup semua *trend fashion*, paling tidak

Aci termasuk gadis remaja yang selalu *update fashion*. Hal ini disebabkan oleh budaya konsumtif yang tidak bisa ia elakan untuk terus membeli kebutuhan *fashion* sesuai yang ia inginkan, sekalipun itu tidak terlalu penting.

Aci menyebutkan walaupun ia seorang muslim ia memandang bahwa *fashion* dalam majalah *Gogirl!* sopan-sopan saja dan pantas digunakan. Pada kenyataannya Aci tidak bisa menjalankan kaidah-kaidah islam dalam berpakaian seperti yang dilakukan oleh Kiki. Dalam kehidupan sehari-hari ia tidak canggung memakai *hotpants* celana pendek yang banyak dihadirkan dalam majalah ini. Kecenderungan Aci disebabkan karena Aci tidak terlalu memahami kaidah-kaidah islam dalam berpakaian. Walaupun seorang muslim, penerimaan Aci terhadap artikel tentang *Copy Cat* dan tren *fashion* dianggapnya sebagai artikel yang memberikan nilai-nilai positif, yaitu memberi manfaat dalam menciptakan *fashion-fashion* baru, dan memberikan solusi dalam berpakaian yang ditujukan oleh remaja putri. Tidak diherankan jika timbul penerimaan berbeda dengan Kiki.

Berbeda dengan Chika, wanita berusia 26 tahun yang tetap setia dengan bacaan remaja seperti *Gogirl!*. Menurutnya setiap perempuan wajib peduli terhadap penampilan terutama remaja. Walaupun usia yang tidak muda lagi Chika mengatakan bahwa *fashion* sangatlah penting bagi karirnya. *fashion* memberi

kenyamanan saat berinteraksi dengan kehidupan sosial baik didalam kantor maupun kehidupan sehari-hari. Dikarenakan hidup dilingkungan kota besar dan ia merasa tidak akan lupa dengan gaya hidup, maka mau tidak mau Chika sering membaca majalah *Cosmo* sebagai referensi untuk menunjang karirnya. Bukan berarti Chika harus meng *update* tren terbaru di setiap majalah tersebut, akan tetapi ia lebih kepada bagaimana cara ia lebih selektif lagi terhadap *fashion-fashion* yang menurutnya pantas digunakan. Misalnya saat membaca *Cosmo* Chika lebih menyukai macam-macam *blazer*, karena *blazer* sering dipakai oleh wanita karir pada umumnya. Selain itu sepatu dan sandal "teplek" yang dihadirkan dalam majalah tersebut, Chika sering memakainya jika ia sedang jalan-jalan santai bersama suaminya. Hal ini juga sesuai dengan *budget* yang ia miliki. Dengan gaji yang cukup besar membuat Chika terus meng-*update fashion-fashion* nya dengan yang terbaru. Tetapi ada kebutuhan lain yang lebih penting dibandingkan *fashion* yang harus ia dahulukan, karena Chika sudah tidak lajang lagi, sehingga ia harus pintar-pintar mengatur keuangan rumah tangga. Penerimaan di atas timbul karena Chika adalah wanita *modern* yang hidup di kota metropolitan yang mengharuskan ia berpenampilan *modern*. Ia memahami bahwa setiap wanita haruslah berpenampilan sesuai dengan kebutuhan mereka. Pada akhirnya penerimaan Chika terhadap majalah *Cosmo* bahwa

majalah ini sebagai penunjang karirnya, memberinya ide-ide segar dalam hal *fashion*, sehingga informasi yang ia dapat ia saring kembali kemudian ia pilih sesuai dengan kebutuhannya. Walaupun banyak budaya barat yang dihadirkan, Chika yakin apa yang ditampilkan bisa di filter oleh pembaca remaja lainnya.

Dari penjelasan peneliti di atas tentang penerimaan gaya hidup *fashion* dalam majalah **Jogjell** oleh ketiga informan, peneliti mendapatkan temuan bahwa ketiganya mempunyai cara mereka masing-masing untuk memaknai teks tersebut, ini bisa dilihat dari penafsiran mereka masing-masing. Bahwa gaya hidup *fashion* tidak hanya pasif diterima oleh pembaca, tapi pembaca menafsirkan makna teks berdasarkan latar belakang budaya masing-masing dan pengalaman hidup. Seperti halnya Kiki yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna dari media yang ia tangkap. Terlebih lagi dia memahami dan menjalankan kaidah-kaidah islam dalam berpakaian, berbeda dengan Chika dan Aci. Aci dan Chika termasuk dalam karakteristik khalayak aktif yang keempat dari Frank Bioncca yaitu "keikutsertaan, atau usaha. Disini audiens secara aktif menghadiri, memikirkan, dan menggunakan media" (dalam Littlejohn, 2005:394). Walaupun mereka berdua adalah seorang muslim, mereka aktif menggunakan media tersebut sebagai refrensi *fashion* mereka tidak berdasarkan kaidah-kaidah islam yang dipahami oleh Kiki. Seperti Chika yang menganggap

majalah ini sebagai penunjang karirnya dan Aci menggunakan majalah sebagai inspirasi *update fashion* nya. Maka dari itu tidak semua *fashion* yang dikonstruksi dalam majalah ***Jogja!!*** bisa diterima maupun ditolak oleh ketiga informan. Mereka mempunyai cara masing-masing. Informan yang memiliki latar belakang berbeda memahami *fashion-fashion* tersebut secara berbeda pula, hal ini sebagaimana dijelaskan di atas. Walaupun mereka mempunyai latar belakang keluarga yang berbeda tetapi mereka disatukan oleh keyakinan yang sama yaitu mereka sama-sama perempuan, yang memang harus lebih memperhatikan cara-cara berpakaian yang menurut mereka sesuai dengan budaya yang dianut.

Akhirnya peneliti berkesimpulan bahwa ketiga informan di atas adalah khalayak aktif yang lebih tahu mana yang benar-benar menjadi kebutuhannya dan akan tahan terhadap pengaruh ats bujukan yang dihadirkan dari majalah dalam hal menciptakan makna-makna dalam teks. Mereka sebagai pembaca yang menegosiasikan bacaan apa yang sesuai dengan kehidupan sosial mereka. Hal ini serupa dengan yang dikatakan Hall pada teori *reception* bahwa Hall membahas masalah bagaimana orang memahami teks-teks media, ada tiga metode hipotetis *decoding* yang dapat menyebabkan pembaca mengadopsi posisi yang berbeda, sehingga dapat dikatakan ketiga informan masuk dalam situasi sosial '*negotiated*'. Bahwa

ketiga informan bernegosiasi dengan diri mereka saat membaca atau setelah membaca teks, apakah mereka memilih bacaan ini diproduksi oleh mereka atau tidak. Ketiga situasi sosial tersebut mengandaikan bahwa teks media itu sendiri mendapatkan penerimaan pembaca sesuai dengan budaya dan keyakinan yang mereka pahami, bahwa kuasa untuk menafsirkan teks berada apa yang ada dibelakang pembaca.

III.4.2 Hasil Analisi Penerimaan Perempuan terhadap Konstruksi Gaya Hidup Remaja Putri dalam Rubrik Pacaran "*Couple Of The Month*" di Majalah *Gogirl!*

Dari penafsiran-penafsiran tetang konstruksi pacaran diatas oleh ketiga informan terdapat faktor-faktor sosial seperti usia, keyakinan, dan budaya yang dipahami oleh ketiganya. Maka menurut peneliti penerimaan Kiki dan Chika yang sangat dipengaruhi dengan kebudayaan yang dianut mereka. Kiki sebagai wanita berjilbab yang menjalankan nilai-nilai islam yang ia pelajari. Memang tidak ada satu ayat pun dalam Al-Quran menjelaskan tentang adanya proses pacaran sebelum menikah, namun sebagai perempuan berjilbab Kiki merasa menjalankan hubungan dengan lawan jenis sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam islam, misalnya ia tidak bersentuhan dan bermesra-mesraan sepeeti yang dilakukan kebanyakan remaja sekarang. Ia hanya menganggap proses pacaran dilakukan untuk

saling mengenal satu sama lain agar tidak menyesal kemudian harinya. Walaupun ia tidak sepenuhnya menjalankan sesuai dengan agamanya namun Kiki merasa apa yang terdapat dalam rubrik "*Couple of the Month*" tidak sesuai dengan ajaran islam yang ia pahami. Ia tidak membutuhkan publikasi, eksistensi dan pengakuan dari lingkungannya. Namun zaman telah mengkonstruksi pacaran menjadi suatu kebiasaan yang alami dan biasa dijalani oleh kebanyakan remaja seperti dalam majalah ini, walaupun tidak di pungkiri masih ada juga para remaja yang tidak mengikuti gaya hidup berpacaran remaja-remaja kebanyakan.

Sementara Chika memandang pacaran tidak jauh berbeda dengan Kiki. Ia tidak setuju dengan konsep pacaran dalam rubrik ini yang harus mempublikasikan hubungan, mengumbar kemesraan, merayaan hari jadi, dan lain-lain. Pada kenyataannya gaya berpacaran anak remaja sekarang identik dengan kemesraan di depan umum yang dianggap Chika dibatas kewajaran usia mereka, seperti Chika sering kali mendapatkan remaja sedang berpegangan tangan, berdua-duaan, dan juga mesra-mesraan di depan umum, tidak mencerminkan budaya Indonesia lagi. Kecenderungan Chika disebabkan karena dari kecil ia sudah diajarkan tentang agama islam oleh keluarganya, ada sebuah tradisi yang tidak memperbolehkan Chika pacaran sebelum ia menyelesaikan kuliahnya. Sehingga tradisi itupun

dijalani sampai ia menikah sekarang. Walaupun hidup di kota metropolitan yang penuh akan godaan dan rintangan, tetapi Chika membuktikan ia berhasil melewati godaan dan rintangan tersebut dengan memegang teguh nilai budaya dan agama yang diajarkan oleh orangtua nya.

Aci berada di posisi yang berbeda, diantara kedua informan Aci terhitung paling muda usianya. Aci tidak menolak dengan adanya proses pacaran proses sebelum menjajak proses berikutnya, seperti kisah kasih dua remaja dalam *rubrik Couple of the month* ini, mulai dari kenalan, pendekatan, kencan, jalan-jalan dan lain-lain. Aci menganggap artikel tentang pacaran ini lucu dan seru. Banyak hal-hal menarik yang dilakukan saat pacaran yang didukung dengan teknologi yang semakin berkembang pula, seperti jejaringan sosial dan *gadget-gadget* canggih yang digunakan sebagai salah satu sarana komunikasi. Walaupun lucu dan menarik, Aci pada akhirnya ia mengakui kalau gaya berpacaran sekarang terlalu bebas dan banyak publikasi. Ia sempat melewati proses pendekatan seperti remaja-remaja yang lainnya. Tetapi keluarga Aci cukup *protect* dengan dirinya, tidak boleh pulang lewat jam 9 malam, selalu mengabari dimana ia berada dan dengan siapa. Hal ini dilakukan karena ibunya hanya mempunyai satu anak perempuan yaitu Aci, sedangkan kakak-kakak Aci merasa mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap adik satu-satunya, melalui proses tersebut

maka Aci pun terbiasa dan lama kelamaan pacar Aci bisa mengerti keadaannya. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap penerimaan ia dalam rubrik "*couple of he month*", seperti pada realita yang ada Aci tidak bisa menjalankan proses-proses di atas. Aci dipengaruhi oleh kebiasaan dan pengalaman yang dialami dalam lingkungan, maka terbentuk penerimaan yang berbeda dibandingkan dengan kedua informan.

Dari kedua informan, yaitu Kiki dan Chika. Mereka tidak sepakat dengan konstruksi gaya hidup berpacaran yang digambarkan oleh majalah ***Gogirl!***, karena Kiki dan Chika menganggap hal pacaran sekarang sudah terlalu banyak publikasi dan tidak sesuai dengan ajaran agama dan budaya di Indonesia. Seperti dalam rubrik pacaran ini, kedua informan menganggap rubrik ini tidak mencerminkan nilai-nilai budaya Indonesia, banyaknya pengaruh dari media massa membuat para remaja tidak bisa memahami bagaimana seharusnya proses pacaran itu harus dijalanin sesuai dengan kebudayaan yang ada. Sementara Aci sebagai remaja yang usianya paling muda dibandingkan kedua informan, sepakat dengan konstruksi gaya berpacaran dalam rubrik "*Couple of the month*", ia menganggap proses pacaran yang dihadirkan berbeda daripada yang lain. Hanya Aci yang sepakat dengan nilai-nilai yang ditampilkan dalam majalah ***Gogirl!*** tentang hubungan pacaran, berarti menurut Aci pacaran adalah hal yang harus dijalani.

Ketiga penerimaan tersebut menunjukkan bahwa bagaimana mereka menilai gaya berpacaran banyak dipengaruhi oleh budaya dan lingkungan mereka. Ketiga informan termasuk khalayak aktif dalam membangun dan menginterpretasikan makna atas apa yang mereka baca sesuai dengan kebudayaan mereka. Oleh karena itu penerimaan mereka berdua terhadap artikel ini berbeda dibandingkan Aci, karena tidak termasuk dalam budaya mereka, dan keterbiasaan mereka menjalin hubungan terhadap lawan jenis. Sehingga penerimaan Kiki dan Chika terhadap teks-teks yang terkandung dalam rubrik "*Couple Of The Month*" tidak terdapat nilai sosial apa-apa, karena dalam artikel ini hanya menceritakan kisah cinta yang seharusnya tidak diceritakan kepada umum. Kiki dan Chika yang merasa usia mereka tidak mempengaruhi, hanya saja mereka mempunyai cara sendiri untuk menjalankan hubungan pacaran yang menurut mereka pantas dan sesuai dengan budaya dianut.

Hal ini berkaitan dengan salah satu studi yang meneliti ketertarikan terhadap teks dari sudut pandang pembaca oleh Radway "*Reading The Romance"* menyatakan bahwa "makna bukan terletak pada teks itu sendiri, melainkan pada bagaimana pembaca mesfirkan teks". Stokes, 2004:152). Berdasarkan penelitian Radway, penelti berasumsi bahwa penerimaan-penerimaan informan diatas membuktikan ternyata teks-teks

rubrik "*Couple Of The Month*" dalam majalah *Gogirl!* tidak terlalu mempengaruhi informan untuk memilih gaya pacaran mereka masing-masing. Para informan tetap kepada pemahaman agama serta kehidupan mereka masing-masing yang membawa mereka kepada pemikiran interpretasi.

Jadi hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan menjadi khalayak yang aktif dalam proses pemaknaan. Hal ini dikarenakan faktor latar belakang budaya ketiga informan, dalam hal ini mewarnai proses pemberian makna mereka terhadap teks rubrik '*Couple of The Month*'. Seperti Kiki yang tidak terlalui menyukai rubrik ini, baginya rubrik ini terlalu mempulikasikan hubungan pacaran dan tidak sesuai dengan ajaran islam yang ia pahami, seperti bertemu setiap hari, mempublikasikan melalui Facebook, dan sebagainya. Sementara Aci menyukai dengan apa yang dikonstruksikan dalam majalah ini, baginya hal-hal yang diceritakan menarik dan cukup romantis. Sudah dijelaskan bahwa Aci berada pada usia yang paling remaja dibanding kedua informan, sehingga hal ini mempengaruhi penerimaan perbedaan Aci dan Kiki atas rubrik tentang pacaran di majalah *Gogirl!* ini. Dimana pembaca yang memilih majalah untuk dibaca, maka pembaca juga yang bisa memahami bagaimana kegunaan majalah dalam kehidupannya. "Kemudian hasilnya merupakan dari hasil keinginan untuk memberdayakan pembaca dan menegaskan bahwa kuasa untuk

menafsirkan teks terletak pada pembaca" (Stokes , 2006:153). Maka dari itu, membaca dianggap proses aktif yang membawa majalah ke kehidupan sosial pembaca, sehingga menciptakan khalayak menjadi pembaca yang aktif. Selain itu berdasarkan teori Stuart Hall tersebut maka penerimaan pembaca terhadap gaya hidup pacaran ini dapat siposisikan sebagai berikut, yaiut posisi Aci berada pada posisi *negotiated* yaitu Aci tidak menerima sepenuhnya apa yang ditawarkan oleh majalah tapi mereka melakukan negosiasi dengan teks, sedangka Kiki dan Chika berada di posisi 'oposisi' dimana mereka cenderung tidak menerima dan menolak. Sehingga peneliti menemukan tipe-tipe khalayak dari teori hall tersebut, yaitu ada tipe khalayak yang berada ditengah-tengah yaitu tidak menerima dan juga tidak menolak teks, dan ada tipe khalayak yang menolak teks-teks yang terkandung, hal ini tergantung pada nilai-nilai sosial budaya yang dipahami oleh khalayak.

III.4.3.Hasil Analisis Penerimaan Perempuan Terhadap Konstruksi Gaya Hidup Remaja Putri dalam Rubrik *Hangout "Chillout Places"* di Majalah *Jogja!*

Dari ketiga informan, mereka sepakat dengan konstruksi gaya hidup "*hangout*" atau nongkrong yang dihadirkan dalam rubrik "*ChillOut Places*". Sebagai seorang mahasiswa aktif di Jogja Aci sangat menyukai tempat-tempat seperti *Coffeee Shop*,

kesepakatan Aci dilihat dari gaya hidup selama ia tinggal di Yogyakarta. Ia sering melakukan *hangout* bersama sahabat dan pacaranya jika ada waktu luang, karena di Yogyakarta banyak didapati tempat-tempat *hangout* yang tidak menguras kantong Aci. Kebanyakan tempat "*hangout*" di Yogyakarta *simple*, ramai, dan makanannya murah. Sedangkan dalam rubrik ini minuman dan makanan relatif mahal dan tempatnya terlihat *cozy* dan keren. Walaupun tempat-tempat *hangout* tersebut tak mewah dan mahal, yang terpenting bagi mahasiswa disini adalah bisa nongkrong sampai larut malam. Tetapi Aci lebih menyukai tempat *hangout* yang dihadirkan dalam majalah ***Jogja!!***. Baginya kenyamanan selama berinteraksi bersama teman atau pacar sangat penting. Rubrik ini menghadirkan tempat yang *cozy*, tenang, *design interior* yang keren, dan dengan sajian santapan yang menarik. Hal tersebut menunjukkan bahwa bagaimana Aci memilih tempat *hangout* sedikit banyak terinpirasi oleh majalah ***Jogja!!*** yang ia konsumsi. Di setiap edisi ***Jogja!!*** pasti menghadirkan tempat-tempat yang istimewa, nyaman, dan makanan yang enak. Sayangnya, di Yogyakarta tidak banyak menghadirkan tempat seperti itu, karena rata-rata tempat yang di sarankan oleh ***Jogja!!*** berada di Jakarta. Seandainya ada Aci berada di Jakarta ia akan memilih tempat-tempat yang dihadirkan dalam majalah ini. Berbeda dengan

pengalamannya saat *hangout* bersama teman-temannya, baginya di Yogyakarta telalu ramai dan makanannya tidak begitu enak.

Sementara Kiki, lebih memilih tempat yang sederhana dan murah, yang terpenting adalah adanya fasilitas *hotspot* di tempat hangout. Kiki mengakui kalau ia juga menyukai rubrik *Chillout Places* ini, tapi menurutnya tempat-tempat yang dihadirkan oleh *Jogja!!* hanyalah *Coffee Shop* yang harganya relatif mahal, tidak cocok bagi mahasiswa kebanyakan. Baginya hal yang ia sukai adalah rubrik ini memberitahu kegunaan sebuah *coffee shop* yang *Jogja!!* tulis dalam "*Things to do there*". Jelas sekali bahwa hal seperti *meeting point, browse till you drop, meet new people*, adalah kebudayaan anak-anak remaja dan dewasa saat ini. Kecenderungan Kiki berpendapat seperti itu disebabkan karena gaya hidup hemat yang selalu diajarkan orang tua Kiki waktu ia kecil, kegiatan seperti *hangout* atau nongkrong dianggapnya tidak terlalu penting jika tidak ada yang bisa dilakukan disana. Ia lebih memilih rekomendasi dari temannya apabila ada tempat yang nyaman untuk akses internet. Sehingga Kiki hanya menganggap bacaan ini untuk menambah wawasannya saja.

Berbeda dengan Kiki, menurut Chika yang sering melakukan pertemuan m*eeting* diluar, ia menuturkan bahwa artikel ini sangat bermanfaat baginya. Tempat-tempat yang nyaman untuk melakukan bisnis atau hanya sekedar *hangout*

besama teman kantor dikemas menjadi sangat menarik. Memang banyak *Coffee shop* seperti *Starbuck, Exelso* yang sudah terkenal, tetapi menurut Chika *Jogirl!* telah memberikannya alterlatif baru *Coffee shop* yang tidak ramai dan nyaman. Hal ini disebabkan karena Chika selalu mengutamakan kenyamanan saat berinteraksi bersama rekan bisnisnya. Bisnis *online* yang dijalaninya mengharuskan ia untuk selalu *update* tempat *hangout*, agar rekan bisnisnya merasa nyaman dan dihargai. Melalui rubrik ini Chika bisa mendapatkan manfaat, dan informasi tentang tempat-tempat untuk melakukan sesuai dengan kebutuhan bisnisnya.

Berdasarkan wawancara diatas, hal sama juga dituturkan oleh Aci. Berbeda dengan Kiki, Pada penelitian jauh sebelumnya, dalam penelitian Hermes "*Reading Women Magazines*" tentang kegunaan majalah wanita terhadap kehidupan sehari-hari, " *to find out how women's magazines became meaningful in everyday life and what "meaning" can be taken to be an every day contexts*" (Devereux, 2003:150). Sama dengan temuan peneliti atas penerimaan informan-informan terhadap teks-teks dalam rubrik *ChillOut Places* berdasarkan apa yang dikatakan oleh Hermes. Peneliti ingin mencari tahu apa sebenarnya makna-makna yang tercipta oleh informan-informan yang kemudian makna apa saja yang mereka aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Sehingga peneliti berkesimpulan berdasarkan penerimaan ketiga informan terhadap artikel ini adalah semua informan berpendapat bahwa rubrik tentang *hangout places* ini merupakan bacaan yang bermanfaat, informatif serta bernilai positif. Rubrik ini menyajikan informasi tempat-tempat yang bisa dijadikan acuan hangout dan juga memberi tahu informan fungsi sebenarnya dari tempat hangout tersebut sesuai dengan keadaan dan *design* tempat itu sendiri. Terutama Chika seorang wanita karir dan *bussines woman.* Ia berusaha mempertahankan pembeli butik *online* nya dengan bertemu di sebuah *Coffee shop*, secara tidak langsung Chika membentuk hubungan baik dengan pembeli dengan menciptakan suasana yang berbeda. Hal ini dikarenakan dalam majalah tersebut ditampilkan juga *design-design* ruangannya beserta alamatnya sehingga mempermudah pembaca untuk mendatangi tempat-tempat tersebut sesuai selera. Tempat-tempat *hangout* memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak saat ini tempat-tempat *hangout* yang menampilkan kekhasannya masing-masing untuk menarik peminat. Maka dari itu artikel ini sangat memberi nilai positif baginya, dibandingkan dengan Aci dan Kiki yang menganggap artikel ini untuk menambah wawasan mereka saja. Walaupun sedikit berbeda, semua informan menyatakan menyukai dengan gambar-gambar minuman dan tata letak foto-foto *Coffee shop* tersebut. Ditambah lagi alamat-alamat tempat *Coffee shop* itu berada

Sehingga cocok sekali dengan segmentasi dari umur pembaca majalah *Gogirl!*. Ketiganya juga mengatakan, artikel ini berbeda dari artikel yang dihadirkan pada majalah remaja putri lainnya, bermanfaat serta menambah wawasan mereka. Dengan adanya rubrik *ChillOut Places* dalam majalah *Gogirl!* sedikit banyak menurut para informan membantu mereka menemukan tempat-tempat *hangout* yang menarik tersebut berdasarkan kebutuhan masing-masing para informan untuk melakukan aktivitas-aktivitas baik yang berhubungan dengan kantor maupun berhubungan dengan kesenangan pribadi. Hal pacaran dan *hangout* yang telah di jelaskan diatas sudah membuktikan penerimaan tersebut ada pengaruh dari nilai-nilai budaya yang mereka anut dan juga pengaruh dari lingkungan sekitar, karena menurut peneliti khalayak mempunyai cara yang berbeda-beda dalam memaknai apa yang mereka baca.

Matrik Penerimaan Perempuan Terhadap Gaya Hidup Remaja Putri dalam Majalah *Gogirl!*

NO	Rubrik yang diteliti	Informan 1 (Kiki)	Informan 2 (Aci)	Informan 3 (Chika)
1	**Rubrik *Fashion***	sepertinya gaya baju tersebut hanya bisa diaplikasikan pada remaja yang tinggal di daerah perkotaan karena di daerah terpencil pakaian tersebut kurang bisa digunakan karena mungkin akan terkesan aneh dan norak, selain	wajar-wajar aja, soalnya sesuai dengan realita anak muda zaman sekarang, ada yang pake legging, accesories vintage, yang jadi tren sekarang, tapi ga semua remaja bisa masuk ke dalam	*fashion* dalam majalah ini, karena menurut saya *fashion* yang ditampilkan *Gogirl!* banyak untuk wanita dewasa, ada yang pantas untuk remaja

		itu pakaiannya minim-minim dan tidak menutup aurat tidak memungkinkan untuk dipakai sepeti *legging* yang membentuk lekuk paha, rok mini, dan *hotpant*	realita yang diangkat oleh ***Gogirll***, soalnya *fashion* di majalah ***Gogirll*** banyak banget buat remaja yang langsing dan tinggi	ada yang juga tidak pantas.
2	**Rubrik *Couple Of The Month***	Di artikel ini tidak terkesan menggurui sehingga remaja lebih suka, tapi menurut saya malah mengajarkan budaya barat yang seharusnya tidak diajarkan. Mungkin perbedaan zaman yang membuat remaja terlalu mempublikasikan hubungan mereka, karena ***Gogirll*** menyesuaikan dengan kenyataan yang ada	apa yang dibuat oleh ***Gogirll*** cuma sekedar bacaan biasa tentang sepasang remaja yang mengawali proses pacaran yang sampai sekarang masih terjalin. Jadi ***Gogirll*** ga menuntut remaja untuk melakukan apa yang diceritakan oleh majalah ini, Cuma buat tambahan bacaan aja	gaya berpacaran dalam majalah ini penuh dengan publikasi bahkan terkesan bebas. Remaja masih dalam keadaan labil, yang ditakutkan apa diinformasikan dalam majalah ini aka ditiru.
3	**Rubrik *ChillOut Places***	Tempat *hangout* dalam majalah ini yang nyaman dengan desain yang *modern*, namun tidak semua kalangan bisa melakukaknnya, gimana kalau remaja putri yang membaca artikel ini berada dalam perekonomian yang sulit.	di majalah jelas keren-keren, minuman dan makanannya kelihatan lebih enak dan bervariasi, tetapi tempat *hangout* ini tidak ada ciri khas Indonesia nya. Cenderung kebarat-baratan.	*Chillout places* yang dihadirkan keren-keren ditampilkan dengan gambar makanan dan minuman yang enak ala chef, tetapi kita juga harus tahu tujuan untuk *hangout* itu sendiri