

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Domestikasi peran perempuan di Indonesia memiliki catatan sejarah yang panjang, ditandai dengan tiga periode. Pertama, tahun-tahun akhir saat kolonialisme Belanda. Kedua, tahap peneguhan nilai-nilai tradisional Islam dan terakhir periode modernisasi sepanjang 32 tahun pemerintahan Orde Baru (Yulianto, 2006 dalam Heryanto:2012, 209). Masing-masing dilakukan dalam cara yang berbeda, menguatkan hegemoni patriarki. Feodalisme dan kolonialisme merupakan struktur yang sangat kuat dalam membungkam perempuan.

Sebelum kemerdekaan, perempuan Indonesia hampir sepenuhnya absen dari ruang publik dan sampai sekarang masih ‘ditulis di luar sejarah’. Pembaharuan sejarah dewasa ini berupaya menggali kembali peran perempuan di masa lalu, dan membantah sangkalan sebelumnya tentang arti penting keterlibatan perempuan bagi gerakan nasionalis.

Pada masa Soekarno, ia turut berkontribusi terhadap apa yang menjadi salah satu agenda utama feminisme, yaitu kesetaraan gender. Semasa kepresidenan Soekarno, keterlibatan perempuan dalam mengurus persoalan masyarakat, termasuk politik negara, telah menjadi norma yang diterima secara umum. Namun, menjelang dan setelah masa akhir kepresidenan Soekarno, segalanya bergerak mundur kembali.

Setelah era Soekarno yang dikenal dengan istilah Demokrasi Terpimpin, saat pemerintah Orde Baru di dalam kendali Soeharto membatasi keterlibatan perempuan di ruang publik dan mengurungnya kembali ke wilayah domestik. Wierengga (dalam Stri 2002, dalam Heryanto, 2012:210) menunjukkan bagaimana langkah awal Orde Baru membangun kekuatan negara dimulai dengan pelarangan Gerwani – merupakan organisasi perempuan yang dituduh berkaitan dengan komunisme. Pada pemerintahan Soeharto, ia membentuk Dharma Wanita agar perempuan tetap berada di bawah kendali negara dan laki-laki selama kurang lebih 32 tahun. Perempuan di masa Orde Baru diperintahkan menelan bulat-bulat tipe ideal tunggal feminitas dan maskulinitas yang dibangun oleh dan untuk rezim penguasa (Dzuhayatin 2001; Yulianto 2006, dalam Heryanto, 2012:210).

Ketika awal gerakan reformasi di tahun 1998, gerakan perempuan sebenarnya telah mendapatkan kembali posisi mereka yang sah di ruang publik. Sejak pemerintahan Abdurrahman Wahid dan seterusnya, menunjukkan dukungannya terhadap keterlibatan perempuan dalam ruang publik. Salah satunya gerakan perempuan Indonesia yakni mendapatkan kuota 30 persen untuk perempuan di parlemen. Namun perangkat ini belum berhasil ditegakkan secara konsekuen. Masih ada kesetaraan-kesetaraan yang masih membatasi perempuan untuk benar-benar bisa berekspresi di ruang publik seperti masih tidak mengenyam pendidikan yang setara dibanding kaum laki-laki. Subordinasi perempuan yang terus

berlanjut pun membuat mereka tetap rentan, sama seperti di masa lalu ketika harus berhadapan dengan kuasa dan tekanan yang kuat (Heryanto, 2012:211).

Penindasan terhadap kaum perempuan bukan hanya dapat dilihat dalam realitas dan penampakan materialnya, melainkan juga dikonstruksi secara ideologi dan wacana yang merupakan suatu pandangan yang diambil untuk melihat posisi dan peran perempuan. Oleh karena itu, ketimpangan yang ada antara laki-laki dan perempuan bukanlah masalah seks (jenis kelamin) yang berbeda, melainkan ada konstruksi dalam pikiran tentang realitas perempuan dalam kehidupan (Hasan, 2016:230).

Menurut Mansour Fakih, gender merupakan atribut yang dilekatkan secara sosial maupun kultural yang disematkan baik bagi laki-laki maupun perempuan. Gender bukan merupakan kodrat, melainkan merupakan suatu konstruksi sosial, budaya, agama dan ideologi tertentu yang mengenal batas ruang dan waktu. Oleh karena itu, gender sangat bergantung terhadap nilai-nilai masyarakat dan akan berubah menurut situasi dan kondisi. Sebagai sebuah konstruksi sosial, gender melahirkan suatu perbedaan, lahir dengan melalui proses yang panjang.

Proses penguatan perbedaan gender, di dalamnya terdapat proses sosialisasi, kebudayaan, keagamaan dan kekuasaan negara. Proses ini terjadi akibat bias gender, sehingga gender di suatu yang esensial, bersifat *nature*. Selanjutnya, gender mewariskan konsep pemikiran tentang wacana

seharusnya laki-laki dan perempuan berpikir dan bertindak, yang diwariskan dari generasi ke generasi untuk membenaran terhadap perbedaan peran sosial antara laki-laki dan perempuan hanya karena perbedaan kelaminnya.

Berbicara gender di Indonesia, menjadi menarik jika mengamati media massa yang telah melakukan segmentasi untuk khalayaknya. Seperti halnya pada media cetak, terdapat majalah *Hai* dan *Gadis*. Kedua majalah tersebut merupakan media cetak yang sangat sarat dengan unsur gender. Pertama, majalah dengan segmentasi untuk remaja tertua, adalah *Gadis*. *Gadis* sendiri telah lebih dulu terbit pada tahun 1973 daripada *Hai*. Sebagai majalah remaja, ia menggunakan segmentasi pembaca untuk remaja perempuan. Hingga saat ini, majalah *Gadis* masih dapat bertahan sebagai majalah remaja perempuan tertua di Indonesia.

Kedua, majalah *Hai* sebagai majalah remaja laki-laki tertua dan satu-satunya di Indonesia. Majalah *Hai* sendiri terbit pertama kali tahun 1977 dan bertahan versi cetaknya hingga Juli 2017 lalu. Hal tersebut menjadikan *Hai* sebagai satu-satunya majalah remaja laki-laki di Indonesia, yang mampu bertahan hidup dalam jangka waktu cukup lama. Walaupun kedua majalah tersebut bersegmentasikan untuk remaja, namun majalah *Gadis* sejak awal terbit menargetkan pembaca untuk remaja perempuan. Jadi, untuk majalah remaja tertua pertama adalah *Gadis* dan yang kedua adalah *Hai*. Namun, untuk di majalah dengan segmentasi untuk laki-laki, *Hai* tetap menjadi majalah tertua di Indonesia,

dibandingkan dengan majalah laki-laki dewasa yang pernah hadir di Indonesia. Majalah gaya hidup untuk laki-laki dewasa yang cukup lama eksis, terdapat majalah *Popular*. Majalah ini pertama kali terbit pada tahun 1987.

Perkembangan majalah laki-laki di era tahun 1990-an dapat dikatakan mengalami masa kejayaan. Popularitas majalah remaja ini semakin tinggi di kalangan remaja. Seiring dengan perkembangan jaman dari waktu ke waktu, majalah remaja juga banyak mengalami perkembangan. Mulai dari jumlah halaman pada majalah yang semakin tebal, hingga konten dalam majalah juga mengalami perkembangan. Jumlah rubrik di majalah remaja semakin beragam. Penggunaan bahasa mulai disesuaikan dengan bahasa anak muda, seperti menggunakan bahasa gaul dan informal. Dibandingkan dengan gaya bahasa yang digunakan pada tahun 70an dan 80an, penggunaan bahasa pada jaman ini lebih santai dan sesuai sama bahasa yang digunakan remaja sehari-hari.

Telah melewati masa empat dekade, *Hai* tidak lepas dari berbagai latar belakang situasi dan peristiwa yang pernah terjadi di Indonesia. Dengan dasar itulah *Hai* dapat menjadi sarana untuk melihat bagaimana identitas gender ditampilkan dari dekade yang berbeda ini. *Hai* hadir dengan bentuk konstruksi identitas gender yang dinamis, dengan dilatarbelakngi oleh peristiwa yang pernah terjadi di Indonesia. Pada tahun 1980-an sendiri, majalah *Hai* tidak lepas dari wacana gender yang sangat

militeristik. Isi artikel pada *Hai* saat itu yang membahas tentang militer tidak pernah terlewatkan (Sokowati, 2013:2-3).

Begitu juga dengan identitas citra gender laki-laki dan perempuan di majalah *Hai* edisi tahun 1990-an ikut bergeser atau mengalami perubahan. *Hai* mulai menuliskan artikel yang berisikan tentang gaya hidup remaja lewat rubrik-rubrik seperti musik, film, olahraga, fashion, tempat nongkrong dan hiburan lainnya (Sokowati, 2013:3). Tepatnya pada tahun 1999, muncul rubrik baru pada majalah *Hai* yang sangat berbeda dari rubrik-rubrik *Hai* sebelumnya, yaitu rubrik *Cewek Hai*. Sebagai majalah dengan identitas produk bacaan khusus untuk remaja laki-laki, *Hai* memiliki gambaran dan definisi terkait dunia remaja laki-laki. Menjadi menarik untuk diteliti, ketika dalam satu halamannya hadir rubrik yang membahas tentang remaja perempuan.

Sebagai majalah dengan segmentasi remaja laki-laki, *Hai* memiliki konstruksi yang dinamis atas identitas maskulinitas remaja laki-laki. Begitu juga ketika remaja perempuan dihadirkan dalam majalah *Hai*, dalam bentuk rubrik khusus seperti *Cewek Hai* ini. Memasuki lebih dari satu dekade kelahiran rubrik *Cewek Hai*, rubrik ini juga ikut mengalami perubahan-perubahan terhadap representasi remaja perempuan.

Untuk itu, kajian tentang remaja perempuan menjadi menarik dilakukan. Hal menarik yang dapat dibahas pada persoalan ini seperti penggambaran perempuan dalam media yang selalu berubah setiap waktunya mengikuti perubahan latarbelakang sosial, budaya, agama serta

ideologi yang terjadi di Indonesia. Tidak hanya perubahan konstruksi identitas perempuan yang berbeda di setiap dekadanya, namun menjadi sangat menarik karena perempuan dihadirkan dalam media khusus untuk laki-laki. Hal ini tentunya memberikan suatu penggambaran yang berbeda terhadap perempuan.

Lain halnya dengan majalah *Gadis* yang merupakan media khusus perempuan. Diproduksi oleh kaum perempuan dan diperuntukkan bagi perempuan juga. Sehingga penggambarannya pun dilihat dari mata perempuan atau setara. Berbeda ketika perempuan hadir di dalam media untuk laki-laki, penggambarannya dilihat dari sudut pandang laki-laki yang memposisikan perempuan berada paling rendah dari laki-laki.

Sejak pertama terbit pada 5 Januari 1977 hingga kini tersisa media *online*-nya, *Hai* tetap eksis dalam industri majalah di Indonesia. Dengan menasar remaja sebagai segmentasi pembacanya, terutama remaja SMP dan SMA dengan kisaran umur 12-19 tahun. *Hai* menawarkan artikel-artikel yang membahas seputar dunia gaya hidup remaja seperti film, musik, pendidikan, *fashion*, teknologi, olahraga, otomotif, hobi, psikologi seks, komik maupun cerita pendek yang berkisah tentang dunia dan kehidupan sehari-hari pada remaja. Majalah *Hai* menjadi suatu produk dari media massa yang unik, karena menjadi satu-satunya majalah dengan segmentasi remaja laki-laki. Ketika bermunculan majalah-majalah remaja lainnya seperti *Kawanku*, *Gadis*, *Aneka*, *Mode*, *GoGirl!* dan lain sebagainya, *Hai* tetap mempertahankan segmentasinya untuk remaja laki-laki.

Majalah *Hai* yang telah memproduksi selama lebih dari empat dekade, telah melewati dinamika sosial, politik dan budaya. Di mana bentuk penggambaran identitasnya selalu berelasi dengan kultur, historis, lokasi geografis dan waktu. Oleh karena itu, dinamika konteks sosial, politik dan budaya juga ikut menjadi latarbelakang produksi majalah *Hai* dalam melahirkan konstruksi gender remaja yang juga dinamis. Sama halnya dengan rubrik *Cewek Hai* yang telah memproduksi selama lebih dari satu dekade, ia juga telah melewati dinamika masa seperti yang dilewati oleh majalah *Hai*.

Konstruksi gender perempuan mengalami pergeseran yang dinamis dalam rubrik *Cewek Hai* di majalah *Hai*. Sikap keterbebasan terhadap perempuan menjadi salah satu persoalan selama Orde Baru. Pergeseran wacana kebebasan terhadap remaja perempuan yang dibangun dalam majalah *Hai* juga berelasi dengan konteks sosial, politik dan budaya yang terjadi di Indonesia pada tahun 1990an dan 2000an. Terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi terjadinya pergeseran wacana tersebut.

Salah satunya adalah terjadinya perubahan rezim. Pada tahun 1998, terjadi peristiwa bersejarah di Indonesia, yaitu runtuhnya kekuasaan Orde Baru yang telah berkuasa selama 32 tahun. Soeharto akhirnya mengundurkan diri, mengakhiri jabatannya sebagai presiden Indonesia. Pergantian rezim pemerintahan tidak semata-mata hanya persoalan politik, melainkan ada pengaruh lain. Pergantian rezim menjadi proyek berubahnya suatu ideologi, salah satunya ideologi gender. Seperti yang

telah diketahui, pada periode Orde Baru, ideologi gender dikontrol oleh negara. Fungsi dan peran perempuan dibatasi pada wilayah domestik yang disesuaikan dengan fungsi reproduksinya.

Hal itu dilakukan pada pemerintahan Orde Baru untuk membendung dan memanipulasi kekuatan politik perempuan secara sosial, politik dan ekonomi, sehingga negara melakukan manipulasi secara ideologis. Misalnya dengan melekatkan label-label perempuan sebagai pilar bangsa, yang di mana perempuan hendaknya berpartisipasi dalam pembangunan tanpa melupakan kodratnya sebagai istri dan ibu. Negara mendefinisikan perempuan untuk melayani suami, keluarga dan negara yang dilembagakan lewat kegiatan PKK dan Dharma Wanita. Penekanan dan fungsi reproduktif ini mendorong penyebutan ideologi gender Orde Baru sebagai ideologi *state ibuism*.

Reformasi tidak hanya dimaknai sebagai usaha untuk membentuk ulang dan membangun ulang suatu struktur, melainkan sebagai usaha melaksanakan perbaikan tatanan di dalam struktur. Dengan demikian, ketika tatanan lama sudah tidak lagi dapat dipertahankan karena keburukan-keburukan yang melekat di dalamnya sebagai otoritarianisme politik, misalnya seperti dikontestasikan pada masa Orde Baru, maka perlu dilakukan reformasi terhadap tatanan tersebut. Kemudian diganti dengan tatanan yang lebih demokratis, tatanan yang lebih menjunjung tinggi keadilan dan lebih menjamin hak-hak dasar manusia (Winarno, 2007:45).

Ideologi gender berimplikasi pada kerja media yang merepresentasikan ideologi dominan yang kemudian dimunculkan dalam penggunaan bahasa, baik dalam teks maupun visual di berbagai produknya. Ideologi gender dapat ditemukan pada bagaimana media menampilkan persoalan gender di setiap kontennya. Media merupakan alat beroperasinya pengetahuan-pengetahuan, termasuk ideologi gender. Sebagai alat, media memiliki dan menjalankan ideologi tertentu. Inilah yang terjadi pada masa transisi Orde Baru dan reformasi, di mana negara memiliki kuasa yang dominan atas media, sehingga ideologi gender yang diproduksi oleh negara direpresentasikan lewat media.

Dapat dikatakan, perubahan rezim Orde Baru ke era yang lebih terbuka atau demokratis ini, memberikan beragam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, termasuk pada media. Oleh karena itu, dalam hal ini juga dapat dilihat bagaimana konteks gender femininitas yang dibentuk oleh *Hai* terhadap remaja perempuan dalam rubrik *Cewek Hai*. Penelitian ini ingin melihat bagaimana representasi gender femininitas, khususnya pada remaja, yang dilakukan oleh *Hai*, sebagai media yang didominasi oleh produsen laki-laki dan segmentasi pembaca untuk remaja laki-laki.

Majalah *Hai* sebagai salah satu produk sejarah yang hadir selama empat dekade ini, tidak lepas dari pengaruh ideologi gender yang selalu berubah. Perubahan gender tidak bisa dilepaskan dari adanya gagasan-gagasan gender yang dipicu oleh perubahan rezim kekuasaan. Ideologi

femininitas sebagai salah satu ideologi gender, melihat bagaimana posisi perempuan dalam struktur, relasi dan posisi sosial yang dinamis akan mempengaruhi kerja redaksi *Hai* yang tercermin dalam produksi artikel dalam rubrik *Cewek Hai* terkait identitas remaja perempuan.

Dengan dilatarbelakangi permasalahan yang telah dijelaskan tersebut, maka penelitian ini akan difokuskan pada rubrik *Cewek Hai* pada majalah *Hai* edisi terbit tahun 1999. Adapun alasan mengapa peneliti memilih edisi tersebut untuk dijadikan objek penelitian karena, kaitannya dengan permasalahan masa transisi yang telah dijelaskan tersebut, bahwa pada tahun tersebut masih termasuk pada masa transisi dan tahun tersebut merupakan tahun pertama di mana rubrik *Cewek Hai* dihadirkan dalam majalah *Hai*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, dapat ditarik pertanyaan untuk menjadi rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

Bagaimana majalah *Hai* merepresentasikan remaja perempuan di masa transisi reformasi, yang digambarkan dalam rubrik *Cewek Hai* di majalah *Hai* edisi tahun 1999?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya kajian tentang perempuan dalam media massa. Khususnya pada konteks perempuan pada masa pasca Orde Baru atau masa transisi reformasi di Indonesia. Di mana sejak

gerakan reformasi pada tahun 1998, gerakan perempuan sebenarnya telah mendapatkan kembali posisi mereka yang sah di ruang publik. Namun perangkat hukum baru ini belum berhasil ditegakkan secara konsekuen.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini juga ingin mengetahui bentuk tanda-tanda yang ditampilkan oleh *Hai* dalam menggambarkan remaja perempuan di rubrik *Cewek Hai* pada masa-masa transisi reformasi, di dalam media yang didominasi oleh kaum laki-laki. Sama halnya saat masa Orde Baru, perempuan berada di bawah kendali laki-laki selama 32 tahun. Sehingga dapat diketahui bagaimana bentuk-bentuk penggambaran *Hai* terhadap perempuan pada masa itu.

D. Manfaat Penelitian

1. Memiliki kontribusi dalam kajian-kajian yang mengangkat tema terkait media dan budaya khususnya perempuan yang hadir dalam media massa, yang produksinya didominasi oleh laki-laki khususnya di Indonesia.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai isu perempuan di berbagai sejarah dalam media dan analisis semiotika dalam media khususnya majalah.
3. Mampu memberikan informasi terkait bagaimana perempuan khususnya remaja perempuan digambarkan pada majalah remaja laki-laki di masa setelah Orde Baru atau transisi reformasi.

E. Kerangka Teori

Bagian ini akan membahas beberapa teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian tentang representasi remaja perempuan dalam rubrik *Cewek Hai* pada majalah *Hai*. Berikut kerangka teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Majalah sebagai Media Representasi

Representasi merupakan produksi suatu makna yang dilakukan melalui bahasa. Representasi merupakan bagian terpenting dari proses produksi makna dan kemudian ditukarkan ke antar individu dalam suatu budaya (Hall, 1997:15). Representasi merupakan produksi makna dari adanya konsep-konsep dalam pikiran kita melalui bahasa. Penggunaan bahasa sangat penting guna menyampaikan sesuatu atau untuk mewakili pemberian makna terhadap sesuatu yang ada di dunia, kemudian disampaikan kepada khalayak (Hall, 1997:15). Oleh karena itu, representasi menjadi hal yang sangat penting dalam media, karena menjadi salah satu sumber untuk menyampaikan informasi.

The Shorter Oxford English Dictionary menjabarkan dua pengertian dari representasi, pertama untuk mewakili sesuatu adalah dengan menjelaskan atau menggambarkan dan menyebutkannya dalam pikiran dengan keterangan, penggambaran dan imajinasi. Kedua, untuk mewakili juga berarti melambangkan, berdiri, menjadi spesimen (bagian dari kelompok), atau untuk menggantikan, seperti dalam kalimat. Dapat dipahami bahwa representasi merupakan suatu proses

yang digunakan untuk perwakilan pada sikap, perilaku sekelompok orang ataupun golongan tertentu yang ada dalam sebuah lingkungan. Bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan pada media.

Terdapat dua hal penting pada representasi. Pertama, seseorang, kelompok, atau gagasan tertentu ditampilkan sebagaimana mestinya atautkah tidak. Sebagaimana mestinya di sini mengacu pada apakah seseorang atau kelompok itu digambarkan atau diberitakan dengan apa adanya, atautkah diburukkan. Kedua, bagaimana representasi itu sendiri ditampilkan. Dapat dikatakan, kalimat dan bantuan gambar atau foto seperti apa orang tersebut ditampilkan dalam sebuah penyajiannya dalam media kepada khalayak (Eriyanto, 2001:113).

Konsep representasi sendiri hadir untuk menjadi praktek penting dalam studi budaya. Budaya merupakan suatu pembentukan konsep yang sangat luas, karena budaya menyangkut pada pengalaman berbagi makna. Seseorang dapat dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama, apabila orang tersebut dapat berbagi pengalaman, kebudayaan, serta berbicara dalam bahasa yang sama juga dan berbagi konsep yang sama antara satu dengan yang lainnya.

Bahasa merupakan perantara terpenting dalam proses membangun, memproduksi dan mengubah makna. Melalui bahasa seperti kata, suara dan gambar dapat mengungkapkan pikiran, konsep dan ide-ide. Istilah

lain untuk menyebutkan kata, suara atau gambar yang memiliki makna, disebut dengan tanda-tanda. Pemberian makna dalam tanda tergantung bagaimana dari masing-masing individu untuk menciptakan representasi. Mengamati bahasa melalui tanda (kata, suara maupun gambar) dapat digunakan dalam merepresentasikan budaya, sehingga terlihat jelas nilai-nilai yang diberikan pada budaya tersebut.

Berbicara tentang representasi, persoalan terpenting sebenarnya adalah bagaimana realitas atau objek ditampilkan dalam media. Menurut John Fiske (dalam Eriyanto, 2001:114) dijelaskan bahwa terdapat tiga proses yang dihadapi oleh wartawan. Pertama, realitas atau ide yang ditandakan (*encode*). Bagaimana peristiwa itu dikonstruksi sebagai realitas oleh media. Dalam bahasa gambar, ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan dan ekspresi. Realitas sendiri intinya siap untuk ditandakan.

Kedua, representasi yaitu suatu realitas yang digambarkan dalam perangkat secara teknis seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi dan lain-lain. Dalam bahasa gambar atau televisi, perangkat itu berupa kamera, pencahayaan, *editing* ataupun musik. Ketiga, bagaimana suatu penggambaran tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Dalam artian, bagaimana suatu kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti kelas sosial, atau kepercayaan dominan dalam masyarakat seperti patriarki, materialisme, kapitalisme dan lain

sebagainya. Menurut Fiske, dalam melakukan representasi, tidak bisa dihindari kemungkinan untuk menggunakan ideologi tersebut.

Misalnya saja, media yang di dalamnya dipenuhi oleh ideologi patriarkal. Bagaimana media menggambarkan jika ada peristiwa pemerkosaan? Hampir seluruh media memperlihatkan tanda representasi dengan laki-laki yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Hal itu membuat khalayak menerima informasi tersebut bahwa perempuan lah yang menyebabkan kejadian itu bisa terjadi. Akhirnya, kepercayaan sosial itu sering diterima sebagai *common sense*, yaitu menerima tanpa banyak pertanyaan (Eriyanto, 2002:115).

Media merupakan wadah untuk melakukan proses representasi. Representasi yang dilakukan pada media, membuat khalayak beranggapan bahwa hal tersebut sebagai realitas nyata yang terjadi dalam masyarakat. Media massa sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan informasi, hiburan dan pendidikan untuk khalayak. Media massa diproduksi dan disebarkan di bawah kendali kapitalis (Barker, 2004:117). Media massa menjadi sangat berperan dalam masyarakat karena, ia mampu menjangkau khalayak dari berbagai kelas sosial seperti kelas menengah atas dan menengah ke bawah. Media massa sendiri terbagi menjadi tiga jenis yaitu media cetak (koran dan majalah), media siar (radio dan televisi) dan audio-visual seperti film. Sama halnya dengan koran, majalah juga

harus mampu berusaha keras untuk menyesuaikan diri dengan kondisi-kondisi terbaru (Rivers, 2003: 21).

Majalah merupakan sekumpulan artikel atau kisah yang diterbitkan secara teratur atau berkala. Beragam informasi, opini dan hiburan dihadirkan dalam majalah. Hampir sebagian produksi majalah yang kita lihat memiliki ilustrasi yang disesuaikan dengan tema yang dibahas. Berbeda dengan buku dan surat kabar yang mampu memberikan rangsangan dan bisa mengalihkan perhatian, majalah memiliki daya tarik visual yang sangat kuat dan berlangsung sekilas (Danesi, 2010:89). Beraneka ragam rubrik dihadirkan dalam majalah disesuaikan dengan kebutuhan segmentasi pembacanya.

Rubrikasi merupakan ciri khas yang dimiliki pada setiap media cetak seperti koran, majalah dan tabloid. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, rubrik adalah kepala karangan. Dapat diambil contoh seperti yang ada di koran terdapat rubrik tajuk rencana, surat pembaca atau dongeng anak. Sedangkan di majalah, rubrik dihadirkan lebih secara spesifik menyesuaikan target pembacanya. Misalnya saja untuk majalah remaja laki-laki, terdapat rubrik *lifestyle*, hobi dan *fashion* atau *style*.

Rubrik menjadi komponen utama dalam majalah, selain itu terdapat teks dan gambar merupakan komposisi penting dalam rubrik. Artikel dalam rubrik yang disajikan merupakan hasil wawancara atau

riset yang telah dilakukan oleh reporter atau wartawan majalah. Sehingga informasi yang diberikan adalah akurat sesuai dengan hasil lapangan atau riset yang telah dilakukan. Penggunaan bahasa pada setiap majalah berbeda-beda, tergantung dari sasaran pembacanya. Misalnya saja pada majalah remaja, lebih menggunakan bahasa sehari-hari agar memiliki rasa kedekatan antara penulis dengan pembacanya. Tidak hanya penggunaan bahasa sehari-hari, konten yang dibahas pun juga harus berisikan sesuatu hal yang dekat dengan lingkungan remaja. Selain teks artikel, terdapat juga gambar atau foto untuk menunjang berita teks tersebut.

Gambar atau foto disesuaikan dengan teks atau informasi yang telah dibuat. Dalam komposisi gambar atau foto juga dapat diperhatikan bagaimana *angle* foto itu diambil, pencahayaan, tata rias, mimik atau ekspresi wajah dan busana yang dikenakan oleh model. Gambar yang menjadi pelengkap dalam rubrik majalah dihadirkan seolah-olah mencerminkan realitas di lingkungan. Teks dan gambar pada rubrik, dapat menjadikan pola pikir pembacanya mengikuti atau percaya pada apa yang telah disajikan dalam media. Tanpa ingin mengetahui ideologi seperti apa yang sebenarnya dibangun pada media tersebut. Oleh karena itu, majalah dapat menjadi media representasi yang efektif sebagai produksi dan penyebarannya, ia mampu menciptakan dan mempengaruhi bagi budayanya.

Terdapat tiga proses elemen representasi yang terlibat. Pertama, adanya objek yang nantinya akan direpresentasikan. Dalam penelitian ini, objek yang akan direpresentasikan adalah rubrik *Cewek Hai* pada majalah *Hai*. Kedua, adanya tanda, yakni representasi itu sendiri. Nantinya akan melihat simbol, gambar dan bahasa dalam rubrik tersebut. Ketiga, adanya *coding* atau seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. *Coding* inilah yang membatasi makna-makna yang muncul dalam proses interpretasi tanda (Noviani, 2002:61-62).

2. Identitas Remaja Perempuan dalam Media

Identitas adalah hasil sebuah kerja atau upaya, karena ia merupakan sesuatu yang harus dikomunikasikan dan diinterpretasikan. Menurut Wicklund dan Gollwitzer berpendapat bahwa identitas berkisar pada upaya untuk mengumpulkan dan memperlihatkan simbol-simbol dengan adanya maksud untuk membuat definisi tentang diri yang lebih lengkap (Mulyana, 2013:222). Intinya adalah untuk mengumpulkan dan memperlihatkan simbol-simbol untuk kesempurnaan diri.

Identitas merupakan tindakan yang selalu berubah setiap saat. Kita mendapatkan sebagian besar identitas kita dari konstruksi yang ditawarkan dari berbagai kelompok sosial di mana kita menjadi bagian di dalamnya seperti keluarga, komunitas, subkelompok budaya, konsumsi media dan berbagai ideologi yang berpengaruh. Hal ini

menunjukkan bahwa identitas kita adalah selalu berada dalam “proses untuk menjadi” (*the process of becoming*) yaitu ketika kita memberikan tanggapan terhadap konteks dan situasi yang mengelilingi kita (Morissan, 2013:130).

Identitas juga diekspresikan melalui berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain dan tentunya diri kita sendiri. Jadi, identitas adalah suatu esensi yang dapat dimaknai melalui sebuah tanda-tanda, kepercayaan, sikap dan gaya hidup. Identitas dianggap bersifat sangat personal sekaligus sosial dan menandai bahwa kita sama atau berbeda dengan orang lain. Identitas terkait dengan kesamaan dan perbedaan, dengan aspek personal dan sosial dengan bentuk-bentuk representasi (Barker, 2000:174).

Berbicara tentang identitas, dekat kaitannya dengan remaja. Pada dasarnya, perkembangan manusia melewati beberapa tahap. Remaja, termasuk dalam salah satu tahap perkembangan manusia. Posisi mereka pada tahap tersebut merupakan posisi yang ‘tanggung’, dikatakan anak-anak sudah bukan lagi, dikatakan dewasa mereka juga belum. Artinya, untuk disayang rasanya sudah tidak layak, tapi untuk kemudian dilepas dan diberi tanggung jawab dianggap belum mampu. Keadaan seperti ini membuat mereka gelisah. Secara sosial, pada tahap ini, mereka mulai mencari pengalaman (Jatman, 1996:99).

Menurut Atkinson (dalam Hurlock, 1996 dalam Yulianeta, 2008:99), dijelaskan bahwa masa remaja merupakan masa yang berada pada tahap perkembangan psikologis yang potensial sekaligus rentan. Remaja, merupakan periode masa untuk melakukan eksplorasi alternatif perilaku, minat dan ideologi. Oleh karena itu, tugas perkembangan utama pada remaja adalah membangun identitas untuk mencari jawaban terhadap persoalan “siapakah saya” dan “ke mana saya akan melangkah”. Pada masa remaja ini, merupakan masa krisis identitas yang harus dapat dipecahkan sebelum usia 20 tahun atau usia pertengahan 20an, agar mereka dapat melanjutkan tugas kehidupannya dengan baik, yang memiliki standar internal untuk menilai kebermaknaan dirinya dalam bidang kehidupan utamanya, sehingga tidak akan mengalami kebingungan identitas.

Sepanjang orde baru, terdapat perbedaan makna dan peran bagi anak muda. Mereka saat itu disebut dengan pemuda. Pemuda pada saat itu lebih dinilai memiliki jiwa nasionalisme terhadap negaranya dan memiliki konotasi politis yang berarti aktivis atau pejuang. Ketika saat itu Soeharto yang menjabat sebagai presiden Indonesia, pemuda selalu ingin ikut turun andil dalam kegiatan yang bersangkutan dengan politik dan membela negara. Bisa dilihat pada peristiwa beberapa tahun lalu yang melibatkan pemuda saat itu beramai-ramai turun untuk demo di Universitas Trisakti. Pemuda pada ketika itu dinilai negatif pada setiap kegiatan yang mereka jalankan karena, selalu membuat

masalah dalam keikutsertaan mereka untuk membela negara itu. Oleh karena itu, setelah masa Orde Baru, sebutan untuk anak muda digantikan menjadi remaja (Baulch, 2002: 226).

Siegel berpendapat bahwa, sebagai hasil upaya rezim Orde Baru waktu itu, untuk mengusir anak muda. Istilah remaja menggantikan pemuda untuk sebutan anak muda. Menurut Siegel, aktivitas politik yang dilakukan pemuda pada zaman Orde Baru atau rezim Soeharto saat itu, telah membuat sulit. Daripada aktivitas politik yang meresahkan, remaja lebih memperlihatkan selera atau ketertarikan mereka pada uang dan pasar seperti pakaian, musik yang selalu terus di *update*. Hal seperti itu yang menjadi inti pada identitas remaja (Siegel, 1986 dalam Baulch, 2002:226). Remaja di sini juga lebih dianggap lebih memiliki sifat yang konsumtif.

Media massa menjadi salah satu sarana dalam proses identifikasi peran, *performance*, dan identitas kelas-kelas dalam masyarakat. Media massa memperkuat konstruksi identitas dan peran yang telah disosialisasikan oleh orang tua, guru dan lingkungan sekitarnya.

Dapat dipahami bahwa identitas terjadi di dalam bawah sadar, tidak hadir dengan sendirinya namun, dibangun oleh aturan linguistik media. Kita bisa mendapatkan berbagai pandangan tentang masa muda, umur, ras dan lain sebagainya melalui media seperti komik, film dan majalah. Remaja sebagai budaya generasi muda menjadi menarik

karena mereka tidak hanya direpresentasikan dalam media saja, tetapi juga ikut membantu mengonstruksi representasi untuk budaya-budaya itu sendiri.

Budaya anak muda ini dapat dianggap sebagai positif atau negatif (tergantung bagaimana stereotip-nya) dalam media. Namun, dalam kehidupan khalayak luas, orang-orang muda adalah konsumen media serta pengguna berbagai jenis media dan kebudayaan, sehingga mampu memproduksi seperangkat identitas subkultural yang bergeser dan saling terjalin. Representasi terhadap remaja dalam konteks budaya generasi muda selama ini ‘berada dalam bayang-bayang’ visibilitas remaja laki-laki secara jelas di jalan-jalan – dan oleh persepsi bahwa budaya generasi muda menyangkut remaja laki-laki yang bermasalah (Burton, 1999:159).

Setelah membahas tentang remaja, identitas dari segi psikolog dan sosial, maka akan dilanjutkan dengan identitas remaja perempuan dalam media. Selama ini, perempuan digambarkan memiliki identitas yang tergolong cenderung ke arah kurang berdaya atau lemah. Pandangannya di masyarakat pun dilihat berdasarkan akibat nilai-nilai yang dikonstruksi dan disosialisasikan oleh masyarakat, perempuan kerap mengalami pandangan yang salah. Mereka mendapatkan stereotip-stereotip yang cenderung merugikan. Stereotip ini kemudian berdampak pada cara memperlakukan perempuan secara berbeda

dengan laki-laki. Perempuan cenderung ditampilkan dalam posisi subordinat.

Hampir seluruh media yang ada di Indonesia memperlihatkan bahwa perempuan cenderung mengalami rendahnya rasa percaya diri, kurang mandiri bila dihadapkan pada kondisi kompetitif dengan kaum laki-laki dan timbulnya sifat ketergantungan dan minta perlindungan. Identitas perempuan yang dibangun pada media, disesuaikan dengan bagaimana ideologi media tersebut. Ketika kita melihat sosok perempuan hadir dalam media yang produsennya didominasi oleh kaum laki-laki, maka penggambaran perempuan di media tersebut mengikuti pandangan laki-laki, baik itu digambarkan setara ataupun lebih rendah dari laki-laki.

Lain halnya ketika perempuan digambarkan pada media yang produsennya didominasi oleh kaum perempuan itu sendiri. Identitas mereka sebagai perempuan akan digambarkan sesuai atau bahkan lebih tinggi derajatnya dari laki-laki. Penggambaran perempuan dalam media yang diproduksi oleh perempuan ini, digambarkan menurut pemikiran feminisme. Di mana pada media perempuan, mereka ingin memperlihatkan bahwa mereka setara bahkan bisa lebih tinggi derajatnya dari laki-laki.

Merujuk pada majalah *Just Seventeen*, McRobbie (1994) mengomentari signifikansi dari tidak adanya romansa yang terbentuk.

Just Seventeen hadir pada tahun 1980-an untuk menggantikan *Jackie* sebagai majalah remaja perempuan yang paling laris sejak tahun 1960-an. Ketika *Just Seventeen* tidak mengandalkan romansa, berbeda dengan *Jackie* yang mengandalkan romansa, cerita-cerita bergambar, artikel tentang kisah para remaja perempuan yang bersaing untuk mendapatkan remaja laki-laki.

Majalah *Just Seventeen* mencampurkan representasi secara rasial, tentang remaja perempuan dengan suatu kekuasaan, yang mengetahui tentang seks dan mereka yang ingin mengontrol diri mereka sendiri. Remaja perempuan ini sama dengan remaja perempuan lainnya pada awal 1990-an yang menyelami budaya Rave (pesta dansa), yang membuat budaya Rave menampilkan diri mereka sendiri tetapi secara aktif dan sesuai dengan kemauan mereka sendiri. Citra tentang Rave dan berbagai sub-kultur yang lain bukan merupakan citra yang secara otomatis mengingatkan kita pada laki-laki, bukan perempuan. Remaja perempuan dalam kelompok ini tidak didefinisikan atau dikaitkan dengan laki-laki (Burton, 1999:163).

Media yang menjadi wadah untuk membangun representasi, memiliki peran yang kuat untuk menggiring wacana identitas sesuai dengan ideologi dan kepentingan medianya. Pembentukan identitas tidak pernah berjalan atas inisiatif sendiri, tetapi dipengaruhi juga oleh berbagai macam faktor seperti ideologi, lingkungan, media dan lain-lain. Penggambaran identitas suatu individu dalam media,

digambarkan berdasarkan seperti apa para produsen dibalik produksi media tersebut.

3. Kultur Patriarki dalam Media

Patriarki merupakan kuasa tertinggi dari kaum laki-laki yang dilembagakan menjadi gaya pemikiran kaum laki-laki hampir di seluruh dunia (Yatim, 1993:25).daftar pustaka Secara gender, kita menikmati media seolah manusia yang berperan, berkarya, berpengaruh dan menentukan di dalam masyarakat kita bahwa hanya kaum laki-laki. Perempuan dalam media akhirnya hanya dijadikan sebagai penghias belaka (Yatim, 1993:27).

Pada Jurnal Perempuan edisi 37 dengan judul Girl Power dijelaskan bahwa feminis beranggapan kalau media merupakan refleksi dari adanya kepentingan, kehendak dan hasrat masyarakat patriarki yang ditopang oleh sistem ekonomi kapitalis. Media dengan latar belakang orang-orang patriarki tentu akan mencerminkan sikap diskriminasi, stereotip, pelabelan negatif dan berbagai bentuk subordinasi lainnya terhadap perempuan dalam berita, hiburan, maupun pariwisata. Ini yang dimaksud dengan bias gender dalam media. Media dijadikan wadah “reproduksi” dari nilai yang menempatkan perempuan sesuai dengan budaya, agama, dan struktur masyarakatnya.

Patriarki merupakan masalah utama dalam sejarah perempuan dan masalah terbesar dalam sejarah manusia (Bennet, 2006:58 dalam

Candraningrum, 2014). Patriarki pada awalnya digunakan oleh Max Weber untuk mengacu ke suatu sistem sosial politik tertentu di mana ayah, berkat posisinya dalam rumah tangga, bisa mendominasi anggota keluarganya dan menguasai produksi ekonomi dari kesatuan kekerabatan tersebut (Walby, 1990 dalam Saptari, 1997).

Ideologi patriarki mendefinisikan perempuan sebagai kategori sosial yang fungsi khususnya untuk memuaskan dorongan seksual kaum laki-laki dan untuk melahirkan dan mengasuh anak. Ideologi patriarki yang mengobjekkan seksualitas perempuan bisa terlihat dari kekerasan seksual yang muncul sehari-hari, dalam gejala perkosaan, pornografi, iklan hingga media massa.

Hubungan antara laki-laki dan perempuan di Indonesia masih didominasi oleh ideologi gender yang membuahkan budaya patriarki. Budaya ini tidak mempedulikan kesetaraan, keseimbangan, sehingga perempuan menjadi tidak begitu penting untuk diperhitungkan. Secara umum, patriarki dapat didefinisikan sebagai suatu sistem dengan ciri-ciri laki-laki. Dalam sistem ini laki-laki yang berkuasa untuk menentukan segala sesuatunya. Sistem ini dianggap wajar, sebab disejajarkan dengan pembagian kerja berdasarkan seks (Murniati, 2004:81).

Munculnya patriarki di Indonesia bersumber dari berbagai aspek seperti pembagian kerja (sosiologis), fungsi dalam masyarakat,

kebudayaan (feodalisme), ajaran agama, tradisi atau adat, kolonialisme (politik), imperialisme, militerisme dan ekonomi (kapitalisme).

Melalui media massa, dapat dibaca, didengar dan dilihat berbagai informasi yang menunjukkan hubungan subordinasi perempuan dan laki-laki. Seperti halnya kasus perempuan yang diperkosa, dilecehkan, namun dipengadilan tetap saja kalah dan memberi kebebasan pada pelaku penindasan seksual tersebut. Melihat salah satu contoh kasus tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan perempuan dan laki-laki berdasarkan daerah, lapangan pekerjaan, keluarga dan masyarakat pada umumnya merupakan hubungan subordinasi, hubungan atas-bawah dengan dominasi laki-laki.

Media yang didominasi oleh kaum laki-laki ini juga memberikan penggambaran berbeda terhadap identitas perempuan, baik itu diperlihatkan secara positif ataupun negatif. Penggambaran perempuan dalam media tersebut dibentuk sesuai dengan ideologi medianya. Ketika perempuan muncul dalam suatu penayangan di media, ia digambarkan lebih rendah dari laki-laki.

Dalam media, tidak hanya informasi berupa teks saja yang ditampilkan pada berbagai media seperti televisi dan media cetak. Diperlukannya gambar untuk mendampingi kelengkapan dari sebuah teks berita. Pada titik ini, ketika media yang didominasi oleh kaum laki-laki, mereka telah melakukan *Scopophilia* terhadap objek yang

digunakan adalah perempuan. Dengan kamera yang digunakan untuk menangkap gambar, laki-laki secara aktif sengaja menjadikan perempuan sebagai objek (seksual) yang pasif untuk memuaskan fantasi seksualnya sebagai laki-laki. Melalui kamera sebagai alat perantaranya, *Scopophilia* yang dilakukan laki-laki merupakan manifestasi dari sebuah alam sadarnya.

Scopophilia terjadi untuk memuaskan fantasi *voyeuristic* laki-laki. Ketika gambar itu diambil dan kemudian dicetak untuk dijadikan pelengkap gambar pada suatu berita untuk media, tanpa sadar bahwa sesuatu yang dilarang dan sifatnya pribadi bagi seorang perempuan, telah menjadi bahan untuk dinikmati secara umum oleh laki-laki, baik ia sebagai produsen dari media maupun sebagai penonton atau khalayak.

Mulvey (1998:24 dalam Munir, 2015:88) mengatakan bahwa *Scopophilia* sendiri merupakan istilah yang pertama kali dikemukakan oleh Sigmund Freud. Merujuk pada salah satu komponen naluri seksualitas yang ada di dalam diri manusia untuk mengintip terhadap bagian-bagian yang dianggap erotis. Freud menyebutkan bahwa *Scopophilia* merupakan dorongan libido (gairah seksual) untuk melihat sesuatu yang dilarang dan sifatnya pribadi ketika masa kanak-kanak karena dorongan rasa ingin tahu terhadap fungsi alat-alat vital dan anggota tubuh.

Ketika berbicara mengenai media yang dikuasai oleh kaum laki-laki, terdapat karya Mulvey yang berjudul *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Karya Mulvey tersebut berbicara mengenai kritik film feminis. Karya ini tidak hanya memberikan suatu pemahaman bagaimana citra perempuan di layar berperan untuk memenuhi kebutuhan laki-laki saja, karya ini juga penting untuk membuat perdebatan mengenai gender dan kepenontonan menjadi inti dalam kritik film feminis.

Mulvey (dalam Burton, 1999:137) telah mengemukakan bahwa kaum laki-laki melihat gambar-gambar perempuan dalam film-film dan fotografis menggunakan tatapan *voyeuristic*, di mana para laki-laki tersebut memiliki semacam kekuasaan rahasia terhadap subjek yang pada dasarnya menjadi korban. Para perempuan, anak tunawisma atau siapa pun yang seharusnya berperan sebagai subjek, diubah menjadi suatu benda atau objek dalam tindakan melakukan representasi dalam media tersebut. Tindakan ini menyangkut aktivitas menatap tersebut, seperti halnya menyangkut foto atau gambar film itu sendiri.

Male gaze merupakan istilah yang merujuk pada *'the exchange of looks that takes place in cinema'* – pertukaran penampilan yang berlangsung di layar cinema. *Male gaze* seringkali diartikan sebagai metaphor dalam patriarki. Kajian tentang *male gaze* lebih dominan dalam dunia film karena menurut Mulvey, *gazing* terhadap tubuh perempuan dilakukan baik oleh teknologi kamera yang

menggunakan 'mata' pandang laki-laki dan juga narasi atau cerita yang mempengaruhi penonton untuk melihat film dari sudut pandang laki-laki. Mulvey menunjukkan *'the system of look'* – sistem tampilan untuk menjelaskan bahwa tidak hanya bagaimana tokoh perempuan yang menjadi objek kamera, akan tetapi juga bagaimana *'the system of the look'* – sistem tampilan telah mengkonstruksi pandangan penonton untuk menjadi *male gaze* (Mulvey, 1998 dalam Munir, 2015:89).

Mulvey menjelaskan bahwa perempuan berperan sebagai objek yang dipandang, sedangkan laki-laki yang berperan sebagai subjek yang memandangi. *Male gaze* ini mencerminkan ketidakseimbangan di antara objek yang dilihat dan subjek yang melihat, yaitu pria sebagai subjek cenderung merendahkan perempuan yang menjadi objek.

Ilustrasi yang terdapat pada artikel rubrik *Cewek Hai*, dapat dikatakan sebagai objek *male gaze*. Walaupun dalam teorisasi oleh Mulvey (dalam Priyatna, 2006:362) mengatakan bahwa, jika perempuan di dalam gambar tidak ditampilkan sebagai objek seksual atau objek hasrat “dalam penampilan yang dikodekan bagi terciptanya dampak visual dan erotis yang kuat”. Tetapi bagaimana pun, ia digunakan sebagai ikon yang dipertunjukkan bagi pandangan dan kenikmatan laki-laki, seorang pengendali pandangan yang sangat aktif.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan dengan kata-kata, bukan angka. Dalam menganalisis data

penelitian akan menggunakan metode analisis semiotika. Analisis semiotika digunakan untuk menafsirkan makna yang tersembunyi dalam teks dan gambar di dalam rubrik *Cewek Hai*. Prinsip analisis semiotika dipilih karena mampu menjelaskan berbagai tanda teks verbal dan teks visual di dalam artikel, dimana untuk memaknai atas pemaknaan tentang identitas remaja perempuan dalam majalah *Hai*.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan adalah rubrik *Cewek Hai* pada majalah *Hai* edisi September hingga Desember 1999. Alasan memilih edisi tersebut karena, tahun tersebut merupakan awal rubrik *Cewek Hai* dihadirkan dalam majalah *Hai*. Sedangkan edisi tersebut dipilih karena, dirasa cukup untuk mengetahui bentuk identitas remaja perempuan di masa transisi reformasi yang dilakukan oleh *Hai*.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data utama yang digunakan dalam penelitian berupa teks verbal (unsur kata dan unsur kalimat) dan teks visual (foto atau gambar) dari rubrik *Cewek Hai* edisi September - Desember 1999 pada majalah *Hai*.

b. Data Sekunder

Data penunjang yang digunakan dalam proses penelitian diperoleh melalui jurnal ilmiah cetak maupun *online*, literatur,

buku, artikel *online*, majalah dan informasi lain yang memiliki relevansi dengan objek penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Untuk menafsirkan tanda yang ada dalam objek penelitian ini, ada sebuah model sistematis untuk menganalisis makna dari tanda-tanda. Pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika dari salah seorang pengikut Ferdinand de Saussure, yaitu Roland Barthes yang memiliki fokus perhatian yang tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap. Untuk mengetahui identitas remaja perempuan yang ditampilkan majalah *Hai*, maka akan dilakukan penelitian terhadap teks verbal dan teks visual.

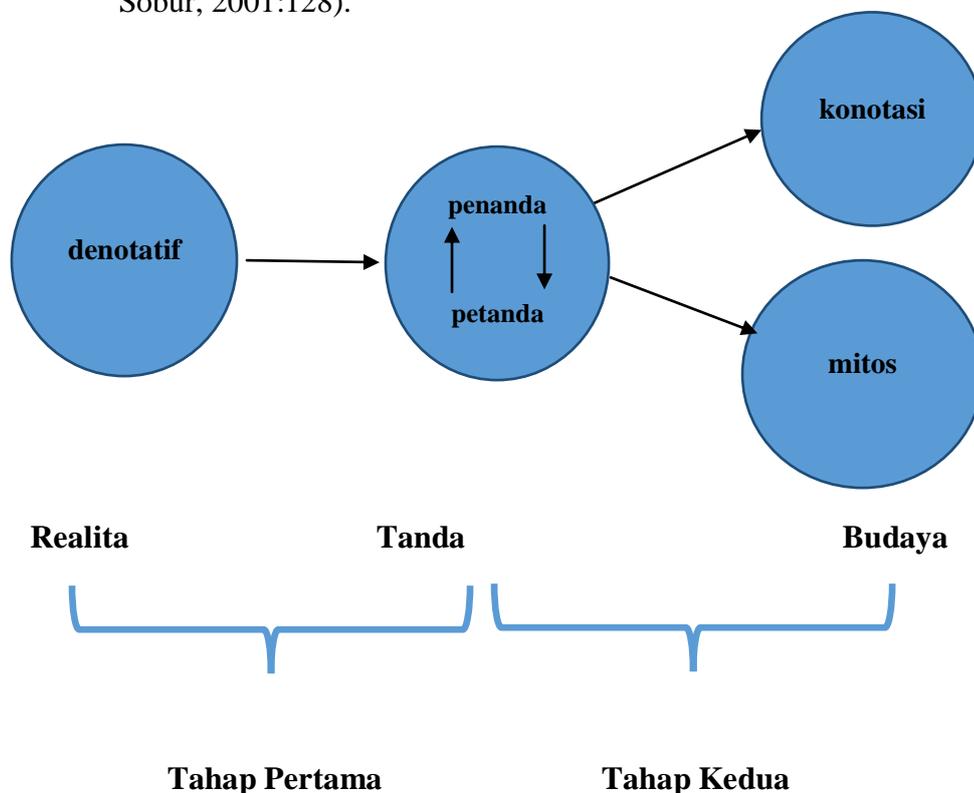
Teks verbal yang diteliti merupakan teks (unsur kata dan kalimat) yang mewakili atau merepresentasikan identitas remaja perempuan pada masa transisi secara sosial budaya. Teks-nya sendiri adalah berupa pesan-pesan tertulis, yang merupakan produk bahasa dalam bentuk tulisan. Pada teks verbal, mengacu pada Barthes (2000) mengenai denotasi dan konotasi. Sedangkan teks visualnya sendiri adalah “teks”, yang di dalamnya melibatkan unsur visual. Di sini teks visual yang dimaksud adalah foto atau gambar dalam artikel. Pada teks visualnya akan menggunakan enam tahap prosedur pemilihan konotasi dari Barthes dalam *The Photographic Message* (2000). Keenam prosedur digunakan sebagai prinsip untuk meneliti. Namun, tidak

digunakan secara dominan, melainkan hanya salah satu di antaranya (Tanjung, 2012:93-94).

Adapun pengertian secara garis besar terhadap denotasi dan konotasi yang menjadi proses utama untuk menafsirkan tanda oleh Roland Barthes ini. Pertama, denotasi, signifikasi tahap pertama yang merupakan hubungan antara penanda dan pertanda yang terdapat di dalam sebuah tanda, terhadap realitas eksternal. Denotasi sendiri merupakan tanda yang paling nyata dari sebuah tanda. Kedua, konotasi, merupakan tahap signifikasi kedua. Hal ini menggambarkan suatu interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca, serta nilai-nilai dari kebudayaan. Konotasi mempunyai makna yang lebih subjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan oleh tanda terhadap suatu objek. Sedangkan konotasi adalah bagaimana cara menggambarannya (Fiske, 1990 dalam Sobur, 2001:128).

Dalam tahap memaknai tanda oleh Barthes, konotasi identik dengan penggunaan ideologi, yang disebutnya sebagai mitos. Mitos berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi suatu nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Vera, 2014:28). Mitos dalam pandangan Barthes berbeda dengan konsep mitos pada umumnya. Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos merupakan sebuah pesan juga.

Barthes mengemukakan bahwa mitos dalam hal ini merupakan perkembangan dari konotasi. Konotasi yang terbentuk lama di dalam masyarakat itulah mitos. Mitos menurut Barthes ini dengan sendirinya berbeda dengan mitos yang biasa dianggap oleh masyarakat sebagai tahayul, tidak masuk akal, ahistoris dan lain-lain. Melainkan, mitos menurut Barthes sebagai gaya bicara seseorang. Mitos primitif, misalnya, mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa dan lain sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan (Fiske, 1990:88 dalam Sobur, 2001:128).



Gambar 1. Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes

Sumber: John Fiske, Introduction to Communication Studies, 1990 dalam Sobur, 2001:12

Analisis semiotika Roland Barthes akan dilakukan secara keseluruhan terhadap komponen yang ada dalam artikel *Cewek Hai* September – Desember tahun 1999 berupa teks verbal (unsur kata dan unsur kalimat) dan teks visual (foto atau gambar). Setelah semua data terkumpul, baik data primer maupun sekunder, selanjutnya adalah menganalisis data yang bertujuan untuk mengatur, mengelompokkan, mengkategorisasikan dan mengurutkan data yang sudah diperoleh berupa artikel, dokumen, gambar dan lain sebagainya. Adapun tahap-tahap yang dilakukan peneliti untuk menganalisis data sebagai berikut:

- a. Mengamati dan memahami isi teks dan gambar dari artikel *Cewek Hai* edisi tahun 1999 yang menjadi objek penelitian.
- b. Memperhatikan tanda-tanda yang sering muncul dalam rubrik *Cewek Hai* yang memperlihatkan identitas remaja perempuan era masa transisi reformasi akan dipilih dan dianalisis.
- c. Kemudian melakukan analisis, pertama pada teks verbal dengan cara memilah teks yang representatif. Teks verbal yang diteliti adalah teks yang mewakili atau merepresentasikan identitas remaja perempuan era transisi reformasi secara sosial budaya. Kemudian diartikan dengan maksud yang terkandung di dalam teks tersebut, sesuai dengan yang tertulis dalam tahap denotasi dan konotasi.

- d. Tahap analisis kedua, pada teks visual atau foto (gambar pendamping artikel). Pada teks visualnya akan menggunakan enam tahap prosedur pemilihan konotasi dari Barthes dalam *The Photographic Message* (2000). Prosedur tersebut terbagi dalam dua bagian besar, pertama, konotasi yang diproduksi melalui modifikasi atau intervensi langsung terhadap realita itu sendiri. Terdiri dari tiga hal yakni, *trick effect*, pose dan objek. Kedua, denotasi yang diproduksi melalui wilayah estetis foto yakni, *photogenia*, *aesthetism* dan sintaksis. Keenam prosedur ini digunakan sebagai prinsip meneliti. Namun, tidak digunakan secara dominan, melainkan hanya salah satu di antaranya
- e. Setelah mengetahui makna tahap pertama dan kedua, kemudian tahap terakhir. Setelah proses pemaknaan dan menganalisis setiap teks verbal dan visual, maka dapat ditarik kesimpulan berupa uraian singkat tentang analisis dan pembahasan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.
- f. Hasil analisis disajikan dalam bentuk deskriptif, di mana akan ditampilkan teks verbal dan visual (artikel rubrik *Cewek Hai*, kemudian pada bagian bawah artikel dipaparkan penjelasan hasil analisis terhadap objek penelitian).

4. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan, yang di mana berguna untuk memahami bagaimana penyajian dari hasil penelitian ini.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Bab ini akan memaparkan hal-hal terkait objek penelitian seperti Profil Majalah *Hai*: Sebagai Majalah Remaja Laki-laki, Maskulinitas Rubrikasi Majalah *Hai* dan Rubrik *Cewek Hai*.

BAB III : PEMBAHASAN

Bab ini akan memaparkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap tanda-tanda dalam rubrik *Cewek Hai* pada majalah *Hai* dengan melakukan langkah-langkah analisis yang telah disusun sebelumnya.

BAB IV : PENUTUP

Bab terakhir ini berupa pemaparan kesimpulan dan saran peneliti sebagai hasil dari penelitian.