

**BAB III**  
**REPRESENTASI REMAJA PEREMPUAN PADA ERA TRANSISI**  
**REFORMASI DI RUBRIK CEWEK HAI PADA MAJALAH HAI EDISI**  
**TAHUN 1999**

Pada bab ini, penulis akan menguraikan hasil analisis terhadap makna tersembunyi terhadap tanda-tanda yang muncul di dalam rubrik *Cewek Hai* untuk mengetahui bagaimana remaja perempuan direpresentasikan oleh *Hai*. Sebagai media dengan dominasi laki-laki di dalamnya, maka objek penelitian yang dipilih penulis untuk pembahasan ini adalah majalah remaja laki-laki tertua di Indonesia, yaitu *Hai*. Menjadikannya sebagai objek penelitian karena, *Hai* dengan segmentasi pembaca untuk remaja laki-laki, memiliki satu-satunya rubrik yang membahas tentang remaja perempuan, yaitu rubrik *Cewek Hai*.

Hadir pertama kali pada September tahun 1999. Di mana setahun sebelumnya bertepatan dengan gerakan reformasi di tahun 1998. Pada saat itu gerakan perempuan telah mendapatkan kembali posisi mereka yang sah di ruang publik. Namun, perangkat hukum baru ini belum berhasil ditegakkan secara konsisten (Heryanto, 2012:211). Oleh karena itu, penulis memilih rubrik edisi tahun 1999, guna mengetahui representasi remaja perempuan seperti apa yang dibentuk oleh *Hai* pada masa transisi reformasi tersebut.

Analisis yang digunakan adalah semiotika oleh Roland Barthes, karena fokus perhatiannya tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order signification*). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) di dalam sebuah tanda realitas eksternal.

Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda-tanda. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap subjek. Sedangkan signifikasi tahap kedua adalah konotasi, menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan kenyataan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaan.

Denotasi dan konotasi merupakan konsep analitis. Keduanya digunakan dalam menganalisis dan menjelaskan pengalaman, bukan menemukan pengalaman di dalamnya (Barnard, 1996:123). Analisis terhadap denotasi dan konotasi yang dijumpai pada karya Barthes juga relevan untuk memahami bekerjanya ideologi. Karena ranah ideologi bertepatan dengan ranah tanda. Di mana pun ada tanda, di situ juga ada ideologi (Volosinov dalam Barnard, 1996:130).

Selanjutnya, pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos. Mitos adalah semiotika tingkat kedua, teori mitos dikembangkan oleh Barthes untuk melakukan kritik (membuat dalam krisis) atau ideologi budaya massa atau media. Mitos menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuknya sistem tanda-penanda-petanda, maka tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, setelah terbentuk tanda-penanda-petanda, tanda tersebut akan menjadi petanda baru, yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Produksi mitos dalam teks tertentu membantu pembaca menggambarkan situasi sosial budaya dan juga politik yang ada di sekelilingnya. Melalui mitos, makna menjadi masuk akal dan diterima pada satu masa maupun tidak pada masa yang lain, sehingga kebenaran mitos menjadi relatif (Sawita dkk,

2014). Berikut ada beberapa hasil analisis terhadap rubrik *Cewek Hai* edisi tahun 1999 yang menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai pisau analisisnya.

#### **A. Remaja Perempuan sebagai Pemimpin di Era Reformasi**

Carla Bianpoen mengatakan bahwa pada tahun 1998 sebagai tahun kebangkitan peran perempuan Indonesia di arena publik yang menjadi titik tolak perbaikan peran perempuan Indonesia dalam politik. Dekonstruksi ideologi gender Orde Baru yang telah 32 tahun melingkupi perempuan dan terjadi dekonstruksi ideologi gender Orde Baru pada masa reformasi (Dewi, 2016).

Namun diskriminasi sampai sekarang masih ada di mana-mana. Feminisme, yang muncul dalam berbagai kadar dan bentuk, adalah untuk menanggapi kenyataan ini. Ideologi ini menawarkan referensi dalam usaha kita menginterpretasi dan menjelaskan bahwa kekuasaan pria mendominasi kehidupan kita bersama. Karena gerakannya melawan arus, tak pelak gerakan feminis sering menjadi bahan olokan, meskipun kenyataannya diskriminasi vertikal, horizontal dan sosial terus berlangsung (Adhitama, 2010: 8).



**Gambar 3. Rubrik Cewek Hai Majalah Hai edisi 44/XXIII/1999**

*Signifier* (penanda) yang terdapat pada rubrik *Cewek Hai*, edisi XXIII (44), 12 November 1999 yaitu, model sedang ber-*pose* bersandar di dinding warna kuning sambil tersenyum memperlihatkan gigi. Bagian dada sedikit merunduk dan kepala yang ditengadahkan. Tangan kiri mengenakan jam rantai diletakkan di atas paha dan tangan kanan diletakkan di belakang badan. Mengenakan baju atau *dress* berwarna biru tua dengan model terbuka pada bagian lengan dan dada, dengan panjang pakaian di atas lutut. Rambut berwarna hitam dibiarkan tergerai. Mengenakan natural *make up* dan pewarna bibir warna merah.

Rubrik *Cewek Hai* edisi 44/XXIII/1999 12 November 1999 dengan judul "Debby Wage Cewek Pemimpin", dituliskan pada posisi bagian atas

dan tengah halaman dengan perpaduan huruf kapital pada awal kata dan huruf kecil setelah huruf kapital tersebut. Menggunakan dua warna pada judul, yaitu ungu pada bagian nama remaja perempuan “Debby Wage” dan merah pada bagian judul “Cewek Pemimpin”. Kemudian di bawah judul terdapat isi artikel tanggapan dari Debby Wage.

#### “Debby Wage Cewek Pemimpin

Terpilihnya Megawati menjadi wapres punya kesan sendiri buat Debora Debby Wage, siswi kelas II SMU Negeri 39, Jakarta Timur. Soalnya Debby punya kemiripan dengan Mbak Mega meski dalam lingkup yang lebih kecil, wakil ketua kelas. Saat pemilihan ketua OSIS, Debby “bertarung” dengan banyak lelaki, dan...kalah!

Meski kalah, Debby berharap kaumnya nggak dipandang sebelah mata. Jangan cuma karena cewek, ia ditolak jadi pemimpin, “Kalo dari fisik, cowok menang. Tapi untuk jadi pemimpin, yang penting otak dan wibawa serta berlaku adil pada semua orang.

Tapi, Debby nggak mau ikut campur urusan politik. Ia cuma pingin konsentrasi di studinya. Bukan Cuma pfofesi model yang diincar, tapi juga *public relation*. Makanya belakangan cewek berambut panjang ini rajin bergaul dengan semua orang.”

“Kayaknya asyik punya temen banyak, bisa tau macam-macam karakter orang,” tambah Debby.

Karena punya banyak teman, bahkan beberapa di antaranya sangat setia, Debby nggak pernah merasa sedniri. Malah sama *Tonkgank* (nama geng-nya di sekolah, red), Debby ibarat sehidup-semati. Ngumpul bareng, makan bareng, jalan bareng, bolos bareng!

Kayaknya Debby memang bakat jadi pemimpin. (yunus)”

Dilanjutkan dengan data diri model pada bagian bawah artikel.

### **Data Lengkap**

Nama Lengkap	: Debora Debby Wage
Panggilan	: Debby
Tempat/tanggal lahir	: Jakarta, 5 Februari 1983
Sekolah	: Kelas II SMU Negeri 39, Cijantung
Tinggi/berat	: 165/47
Hobi	: Nyanyi, main gitar dan organ
Kegiatan	: Ngeband, kursus organ di Yamaha, les vokal di Chicks Musik, main softball dan latihan paduan suara di sekolah (pernah juara ke-II antar SMU se-DKI Jakarta tahun 1999).

*Signified* (petanda) yang terlihat pada gambar di atas yaitu, remaja perempuan dengan usia 16 tahun bernama lengkap Debora Debby Wage yang menyampaikan pendapatnya tentang pemimpin perempuan yaitu Megawati, yang menjadi Wakil Presiden Republik Indonesia serta keinginan dia untuk menjadi pemimpin. Debby Wage yang berstatus sebagai siswi di SMU Negeri 39 Jakarta Timur ini, juga memiliki kemiripan seperti Megawati, namun dalam lingkup yang lebih kecil, yaitu menjadi wakil ketua kelas. Debby Wage pernah kalah dalam pemilihan ketua OSIS, ia “bertarung” dengan banyak laki-laki.

Meskipun Debby kalah dalam pemilihan ketua OSIS karena didominasi oleh laki-laki, Debby berharap kalau kaumnya tidak dipandang sebelah mata. Bukan berarti karena perempuan, ditolak jadi pemimpin. Debby mengatakan bahwa kalau dilihat dari fisik, laki-laki memang

menang. Tapi untuk jadi pemimpin, yang dibutuhkan adalah otak dan wibawa serta berlaku adil terhadap semua orang.

Penggabungan *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) di atas menghasilkan makna lapis pertama yaitu denotasi yang menggambarkan bahwa remaja perempuan bernama lengkap Debora Debby Wage, usia 16 tahun, siswi kelas II SMU Negeri 39, Jakarta Timur, memiliki kesan tersendiri mengenai pemimpin perempuan di masa transisi reformasi. Melalui *pose* dalam foto dengan tersenyum, Debby Wage mengatakan bahwa jangan memandang sebelah mata pada kaum perempuan, yang di mana kalau dari segi fisik, laki-laki menang. Namun, untuk menjadi pemimpin, yang terpenting adalah memiliki otak dan wibawa serta berlaku adil pada semua orang. Sebagai perempuan, Debby tidak mau terlalu lama berurusan dengan politik. Kembali pada pilihan untuk menjadi model dan *public relations* yang identik dengan profesi untuk perempuan.

Pada tingkatan makna lapis kedua berikutnya adalah konotasi, di mana *signified* (petanda) menyatu dengan *signifier* (penanda) dan setelah itu dilanjutkan dengan mitos. Pada bagian isi artikel rubrik *Cewek Hai* edisi 12 November 1999, membahas tentang pendapat Debby Wage mengenai pemimpin perempuan. Ia memiliki kesan tersendiri dengan terpilihnya Megawati menjadi Wakil Presiden saat itu. Pada artikel dijelaskan bahwa, Debby mempunyai kemiripan dengan pemimpin perempuan pertama di Indonesia ini, meski dalam lingkup yang lebih kecil, yaitu wakil ketua

kelas di sekolahnya. Selanjutnya, Debby mengikuti pemilihan OSIS, namun ia kalah “bertarung” dengan laki-laki yang mendominasi.

“Soalnya Debby punya kemiripan dengan Mbak Mega meski dalam lingkup yang lebih kecil, wakil ketua kelas. Saat pemilihan ketua OSIS, Debby “bertarung” dengan banyak lelaki, dan...kalah.”

Pada kata “bertarung” menggunakan tanda kutip (“...”), di mana berarti kata tersebut memiliki penekanan khusus dari kata yang lainnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bertarung dengan kata dasar tarung, memiliki arti seperti berlaga, berkelahi, bertempur atau arti lainnya seperti bertanding (berlomba dan sebagainya). Hal itu sangat identik dengan laki-laki. Oleh karena itu, tanda kutip yang diberikan seakan-akan memberikan penekanan khusus bahwa Debby Wage sebagai remaja perempuan, memang wajar atau pantas dikalahkan oleh laki-laki.

“Meski kalah, Debby berharap kaumnya nggak dipandang sebelah mata. Jangan cuma karena cewek, ia ditolak jadi pemimpin, “Kalo dari fisik, cowok menang. Tapi untuk jadi pemimpin, yang penting otak dan wibawa serta berlaku adil pada semua orang.

Tapi, Debby nggak mau ikut campur urusan politik. Ia cuma pingin konsentrasi di studinya. Bukan cuma profesi model yang diincar, tapi juga *public relation*. Makanya belakangan cewek berambut panjang ini rajin bergaul dengan semua orang.”

Pada kalimat “*Kalo dari fisik, cowok menang. Tapi untuk jadi pemimpin, yang penting otak dan wibawa serta berlaku adil pada semua orang*” karena seperti yang diketahui bahwa, sosok pemimpin identik

dengan kesan maskulin, selalu digambarkan dengan laki-laki. Berbicara tentang pemimpin, pada zaman dulu, lewat cerita-cerita rakyat dan *biblical*, kualitas dari seorang pemimpin pada umumnya memang ditentukan oleh kekuatan fisik, keahlian dalam perkelahian, misalnya Hercules dan Samson. Namun jika perempuan yang menjadi pemimpin, maka kualitasnya adalah kecantikan dan daya tariknya, seperti Cleopatra dan Ken Dedes.

Diyakini bahwa pada masa-masa itu daya tarik merupakan salah satu alasan seseorang untuk dapat menjadi pemimpin, baik itu seorang laki-laki maupun perempuan. Adapun kepemimpinan perempuan di Indonesia sebenarnya telah melalui sebuah perjalanan panjang. Diawali dengan Ratu Syafiatuddin yang memerintah selama 34 tahun (1641 – 1675 M) di Kesultanan Aceh Darussalam (Parengkuan, 2012:3). Seperti para pemimpin perempuan Asia lainnya yang sejak dini telah belajar tentang pergolakan dikancah politik, hal itu lah yang Megawati pelajari dari sang ayah. Pemikiran-pemikiran sang ayah yang merupakan seorang presiden pertama sekaligus proklamator kemerdekaan Republik Indonesia itu tentu saja turut mempengaruhi sikap dan pemikiran Megawati dalam politik di kemudian hari (Parengkuan, 2012:11).

Perjalanan panjang Megawati tidak terlepas dari sosok ayahnya, sampai pada akhirnya ia bisa terpilih menjadi wakil presiden Indonesia yang keempat pada tahun 1999 itu. Menemani Abdurrahman Wahid sebagai presiden kala itu. Hal ini sangat berbeda sekali dengan Debby

Wage yang dijadikan model dalam rubrik edisi ini. Tidak ada penjelasan yang mendominasi untuk menggambarkan pemimpin remaja perempuan. Mulai dari gambar model yang digambarkan tidak seperti pemimpin. Isi artikel rubrik tersebut, hanya menggambarkan pengalaman Debby Wage sebagai pemimpin dalam ruang lingkup yang lebih kecil, yaitu sekolah. Sedangkan Megawati, yang dijadikan bahasan utama, memiliki deretan pengalaman dan perjalanan panjang terhadap dunia politik sampai ia menjadi pemimpin.

Pada teks selanjutnya, jika diperhatikan lebih jauh, Debby Wage di sini tetap ingin kembali memilih kiprahnya di dunia perempuan. Dituliskan dalam artikel bahwa, ia tidak ingin berurusan dengan dunia politik lebih jauh lagi, yang identik dengan unsur maskulin. “Tapi, Debby nggak mau ikut campur urusan politik. Ia cuma pingin konsentrasi di studinya. Bukan cuma profesi model yang diincar, tapi juga *public relation*.” Potongan kalimat yang dikatakan oleh Debby Wage menggambarkan bahwa perempuan pada akhirnya tetap kembali memilih pada kegiatan yang feminin, yaitu ingin menjadi model dan seorang *public relations* (PR) kelak.

Seperti yang dijelaskan oleh Public Relations Society of America, menunjukkan 85 persen *public relations* profesional di Amerika Serikat adalah wanita. Bahkan tidak hanya di Amerika, namun diberbagai belahan dunia profesi ini didominasi oleh wanita (Kartikawati, 2012). John Gladstone, seorang asisten profesor di Dodge College of Film and Media

Arts, Chapman University, California menambahkan dibanding laki-laki, perempuan melakukan pendekatan yang berbeda terhadap klien baru. Gladstone melihat kalau perempuan juga lebih pandai dalam menjaga dan memelihara hubungan baik dengan klien, baik dari sisi profesional maupun kehidupan pribadi. Di dunia *public relations* dan *marketing*, hal itulah yang penting (Kartikawati, 2012).

Dalam pandangan tradisional, perempuan masih diidentikkan dengan sosok yang lemah, halus dan emosional. Perempuan diketahui memiliki unsur kelembutan sekaligus kekuatan, di mana hal ini mampu untuk menciptakan *PR Story* yang kuat, unsur tersebut yang sangat diperlukan dalam *public relations* (Abubakar, 2014). Oleh karena itu, dunia *public relations* banyak diisi dengan kaum perempuan.

*Hai* mencoba menjadikan representasi remaja perempuan yang mereka aplikasikan melalui rubrik *Cewek Hai*, yang mereka klaim sebagai artikel yang nantinya dianggap nyata oleh pembacanya (laki-laki). *Hai* ingin menyematkan kekuatan pada perempuan melalui sosok pemimpin perempuan seperti Megawati, yang ditunjukkan pada isi artikel yang menjadi pelengkap setelah judul utama. Pemimpin yang identik dengan sifat tegas, kuat dan merupakan penguasa terhadap wilayah yang ditempatinya, yang di mana bawahannya harus taat pada dirinya. Sosok pemimpin sebagai simbol sesuatu yang ditakuti, dihormati dan disegani. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa pemimpin dijadikan sebagai simbol kejantanan seorang laki-laki dan simbol kekuatan.

Topik pemimpin yang diangkat oleh *Hai* pada edisi tersebut merupakan salah satu alasan karena pada beberapa bulan sebelum rubrik ini terbit, Indonesia sedang melakukan pemilihan presiden dan wakil presiden. Di mana yang terpilih saat itu adalah Abdurrahman Wahid sebagai presiden dan Megawati Soekarnoputri sebagai wakilnya. Sejak saat itulah Indonesia mulai memasuki masa reformasi. Megawati yang saat itu berhasil menjadi pemimpin, digambarkan sebagai sosok perempuan yang berani melawan dirinya dan konstruksi sosial pada saat itu. Sampai akhirnya ia bisa menduduki jabatan sebagai wakil presiden, yang merupakan jabatan tertinggi setelah ia berhasil menjadi ketua umum PDI.

Hal inilah yang ingin *Hai* angkat. Seorang remaja perempuan yang disandingkan dengan judul besar yang membahas tentang pemimpin ini, tidak sepenuhnya membahas persoalan pemimpin. Pasalnya, kedua hal ini (gambar dan teks) tidak saling berkorelasi antara judul, isi artikel dan gambar. Perempuan yang memang sejatinya dikenal sebagai sosok yang jauh dari ranah publik pun tetap pada akhirnya kembali memilih sesuatu kegiatan atau pekerjaan yang memang berada pada ranahnya, seperti model dan *public relations*. *Hai* memilih topik tersebut dikarenakan memang mereka ingin menikmati euphoria dari atas terpilihnya Megawati (perempuan) sebagai wakil presiden.

Padahal kebangkitan perempuan Indonesia melalui kiprah Megawati Soekarnoputri sudah mulai bebas mengapresiasi pendapatnya dan bergerak lebih bebas. Tubuh atau fisik bukan lagi cerminan awal untuk

melihat kualitas perempuan setelah masa transisi, melainkan dapat dilihat dari kemampuannya seperti memiliki otak yang cerdas dan berwibawa. Namun *Hai* tidak seutuhnya menggambarkan hal tersebut dalam artikel yang mereka produksi.

*Hai* memang tidak secara konsisten menampilkan sosok remaja perempuan dalam rubrik tersebut. Dapat diperhatikan seksama, dominasi hal tentang remaja perempuan yang pesimis, lebih menggunakan perasaan serta otak, memilih untuk tidak berurusan dengan dunia politik, menampilkan bahwa memang perempuan masih belum benar-benar terbebas atas ruang gerakanya. Konteksnya di sini, *Hai* adalah mereka yang menyajikan gambar serta teks di dalam satu kesatuan artikel sekaligus sebagai penikmat terhadap pembentukan gambar dan teks. Dalam hal ini, dijadikan *Hai* sebagai wadah bagi para pekerjanya untuk merepresentasikan peran remaja perempuan dalam kehidupan sosialnya. Sehingga dominasi cara pikir laki-laki yang sangat jelas diterapkan di sini terbentuk untuk merepresentasikan pemimpin remaja perempuan menurut versi *Hai*.

Peran perempuan di tahun 1999 sudah mulai lebih bebas dari sebelumnya pada masa era Orde Baru. Setelah runtuhnya Orde Baru, bergantilah menjadi pemerintahan reformasi. Berbeda dengan masa Orde Baru yang menggunakan tatanan perempuan hanya bekerja di ranah domestik, mengasuh anak dan menjadi pendamping suami (Sunarto, 2009:127). Di tahun 1999 perempuan sudah tidak lagi dalam kontrol

pemerintahan Soeharto. Sebab saat berubahnya menjadi reformasi, bukan hanya dimaknai sebagai usaha untuk membentuk ulang dan membangun ulang suatu struktur, melainkan sebagai usaha untuk melaksanakan perbaikan tatanan di dalam struktur (Winarno, 2007:45).

Perbaikan tatanan struktur ini sudah mulai terlihat dengan adanya perempuan yang turun ke ranah publik. Pada rubrik *Cewek Hai* edisi tersebut menampilkan seorang remaja perempuan asli Indonesia yang memberikan pendapatnya terhadap perempuan menjadi pemimpin, dengan Megawati Soekarnoputri sebagai bahasannya. Pada **gambar 3** ini menjelaskan remaja perempuan yang sudah bisa menjadi pemimpin di ruang lingkup yang kecil, yaitu menjadi wakil ketua kelas.

Sebab perempuan pada tahun 1999 sudah mulai berani menampilkan diri ke ruang publik dengan beragam kemampuan dan karyanya. Seperti pada tahun 1995, yang merupakan tahun transisi di mana masa pemerintahan Soeharto mendapat perlawanan dari segi politik hingga ekonomi (Nugroho, 2013:242). Hal itu mengakibatkan perempuan yang berada pada masa kejayaan Soeharto masih mengalami penindasan, pengekan mulai mengeluarkan kembali aktifitas-aktifitas yang sudah pernah dilakukan pada zaman Soekarno.

Peran ganda yang sudah diperoleh perempuan setelah runtuhnya Orde Baru, membuat perempuan dapat lebih bebas melakukan kegiatan di ruang publik yang sebelumnya masih serba terbatas. Secara umum, peran ganda

perempuan diartikan sebagai memiliki dua atau lebih peran yang bisa dilakukan dalam waktu bersamaan. Peran-peran tersebut umumnya mengenai peran domestik seperti menjadi ibu rumah tangga dan peran publik yang umumnya dalam pasar tenaga kerja (Rustiani, 1996:60). Adanya konsep peran ganda ini menjadikan perempuan tidak lagi harus berada dalam sektor domestik saja, melainkan mereka juga dapat merambah ke sektor publik seperti menjadi pemimpin ini. Namun pada data statistik dari seluruh dunia, bahwa partisipasi perempuan selalu ditunjukkan berada dalam angka yang lebih kecil dari laki-laki dalam sektor pasar kerja dan politik (Wibowo, 2011:361).

Namun perempuan di dalam rubrik *Cewek Hai* ini tidak digambarkan seutuhnya benar-benar terjun dalam dunia politik atau yang benar-benar terlepas dari jeratan peran laki-laki. Hal itu terlihat dalam teks yang mengatakan bahwa *“Tapi, Debby nggak mau ikut campur urusan politik. Ia Cuma pingin konsentrasi di studinya. Bukan cuma profesi model yang diincar, tapi juga public relation. Makanya belakangan cewek yang berambut panjang ini rajin bergaul dengan semua orang”*. Hai menampilkan model remaja perempuan itu bahwa ia tidak ingin berada di dunia politik lebih jauh lagi, memilih profesi model dan *public relation*, dan berteman dengan semua orang.

Tanda yang muncul pada teks tersebut menjelaskan bahwa, pada akhirnya perempuan tetap kembali memilih kegiatan atau pekerjaan yang memang pas baginya seperti model dan *public relation*. Model identik

dengan pekerjaan yang banyak digeluti oleh kaum perempuan. Karena model bekerja untuk laki-laki. Sedangkan *public relation* pun sama, yang mampu mengayomi banyak orang. Di mana pekerjaan itu identik dengan perempuan yang dikenal memiliki sifat mengayomi antar sesama. Hal itu diposisikan dalam ranah domestik, yang notabene diperlukan mengayomi dan tunduk pada laki-laki dalam setiap tugasnya menjadi ibu rumah tangga.

Pada masa transisi reformasi seperti ini perempuan sudah diperbolehkan masuk ke ruang publik, namun bukan berarti mereka sudah sejajar dengan kaum laki-laki. Terlihat dalam gambar, bahwa pada artikel edisi tersebut perempuan sudah dapat melakukan aktifitas yang dilakukan oleh laki-laki, yaitu menjadi pemimpin. Akan tetapi, dominasi kekuasaan laki-laki masih terlihat. Di mana laki-laki yang menjadi fotografer untuk model remaja perempuan untuk edisi rubrik tersebut, mengambil gambar dari sudut yang memperlihatkan bagian tubuh perempuan. Hal ini menjadikan perempuan masih saja dijadikan obyek dan masih berada di bawah kuasa laki-laki. Tanpa laki-laki (dominasi produsen majalah *Hai*), remaja perempuan bukanlah sosok yang dapat dikenal dengan banyak orang.

Perempuan dalam majalah *Hai* ini digambarkan dalam ranah domestik dengan ditunjukkan pemilihan profesi model dan *public relation* dan remaja perempuan digambarkan dalam rubrik *Cewek Hai* di luar ranah domestik ketika model berpose seperti pada **gambar 3**. Di sini Hai

menggambarkan remaja perempuan sebagai subyek saat model remaja perempuan berada pada masa transisi reformasi, yang berpedoman bahwa perempuan sudah dapat bebas melakukan kegiatan di ranah publik yang lebih luas khususnya politik. Namun perempuan dalam rubrik *Cewek Hai* digambarkan sebagai obyek ketika ia memiliki kekuasaan atas tubuhnya.

Jika dikaitkan dengan rubrik *Cewek Hai* tahun 1999 ini, maka majalah ini telah merefleksikan peran ganda perempuan dari kegiatan perempuan pada masa transisi reformasi tahun 1999. Namun peran ganda perempuan pada tahun 1999 belum seutuhnya menjadi subyek, perempuan masih tetap dalam kuasa laki-laki yang lebih tinggi kedudukannya dibandingkan perempuan.

Hasil analisis terhadap tanda-tanda di atas memunculkan mitos yang nantinya dapat dipercayai khalayak bahwa remaja perempuan pada masa itu tidak benar-benar seutuhnya menjadi pemimpin. Perempuan akan tetap kalah pada persoalan ini, yang di mana pemimpin identik dengan laki-laki. Ambivalensi yang dibentuk oleh *Hai* membuat pembacanya turut mengikuti alur artikel yang dibuat oleh *Hai*. Ketidak konsistenan *Hai* dalam merepresentasikan remaja perempuan secara utuh ini akan menggiring pembacanya juga turut ikut memahami apa yang disajikan oleh media yang dikonsumsinya.

Rubrik *Cewek Hai* tidak jauh dari perempuan yang diposisikan hanya sebagai objek. Pada tahun 1999 yang merupakan masa transisi reformasi,

satu tahun setelah runtuhnya era Orde Baru, memposisikan perempuan sebagai objek yang masih ditempatkan di belakang atau di bawah laki-laki. Pada masa peralihan Orde Baru ini, remaja perempuan digambarkan oleh *Hai* sebagai perempuan yang sudah memiliki peran lebih aktif di ruang publiknya. Mitos dalam hasil analisis denotasi dan konotasi yang didapatkan menunjukkan bahwa remaja perempuan Indonesia saat itu sebagai perempuan yang memiliki peran ganda. Di mana perempuan bekerja pada ranah domestik dan non domestik secara bersamaan. Sudah bisa melakukan pekerjaan yang biasa identik dengan laki-laki, namun dapat juga dilakukan perempuan.

Feminitas perempuan mulai dikeluarkan untuk dapat memutus pemikiran masyarakat bahwa perempuan tidak hanya berperan di ranah domestik saja, melainkan di luar domestik juga. Namun, karena *Hai* pada tahun 1999 menggambarkan peran ganda terhadap remaja perempuan, maka masyarakat atau pembaca masih percaya bahwa perempuan hanya cocok bekerja di ranah yang memang dikerjakan oleh perempuan saja dan di sisi lain pembaca juga setuju bahwa perempuan itu juga harus bisa bekerja.

## **B. Remaja Perempuan Cantik ala Hai di Masa Transisi Reformasi**

Majalah *Hai* sebagai sumber informasi bagi remaja laki-laki tentunya memiliki konsep cantik tersendiri ketika ada remaja perempuan hadir di dalamnya. Saat setelah Orde Baru runtuh, lalu berubah menjadi masa reformasi, masih saja terdapat kesetaraan yang membatasi perempuan

untuk benar-benar bisa berekspresi di ruang publik. Begitu juga saat media yang didominasi oleh kaum laki-laki ini dalam mendefinisikan cantik. Media ini turut mengambil sudut pandang yang lebih provokatif dalam menunjukkan konsep cantik.

Cantik pada dasarnya bersifat relatif, namun di sini peran media mampu memberikan konsep cantik yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhannya. Adapun definisi cantik menurut media seperti kurus, langsing, putih, berambut lurus hitam panjang, modis dan selalu menjaga penampilan, serta rutin melakukan perawatan tubuh agar awet muda (Nazaruddin, 2008:126). Hal ini seperti menjadi paten pada media untuk menggambarkan cantik pada perempuan, karena sejak masa kolonial, media mengikuti konstruksi Barat sebagai kiblat untuk merepresentasikan perempuan.

Kecantikan yang sifatnya kultural dan geografis, di mana konsep kecantikan itu berbeda baik antara negara, antar suku bangsa dan antar budaya. Rustandi (2007:12) mengatakan bahwa dibelahan dunia lain wanita cantik diilustrasikan bertubuh gemuk dan berisi seperti gambaran Dewi Venus sebagai lambang kecantikan wanita pada zaman Yunani klasik. Pada tradisi Arab, wanita cantik diilustrasikan berbadan gemuk dan mempunyai lipatan perut. Hal ini bisa ditemukan dalam tari perut Timur Tengah. Pada abad ke-15 sampai abad ke-17, wanita cantik dan seksi didefinisikan memiliki perut dan panggul besar, serta dada yang montok. Pada awal abad ke-19 kecantikan didefinisikan dengan mereka yang

berwajah dan berbahu bundar, serta bertubuh montok, sementara memasuki abad ke-20 kecantikan identik dengan wanita berbokong dan berpaha besar.

Saat ini budaya masyarakat menilai mengenai konsep cantik telah bergeser akibat pengaruh konsep cantik yang digambarkan oleh media yang awalnya dimotori oleh budaya Barat. Sesuai seperti yang diterapkan oleh Barat, masyarakat pun menjadi lebih banyak memandang bahwa cantik itu harus berkulit putih, bertubuh langsing, berambut pirang, bertubuh tinggi dan sebagainya. Namun, di sini *Hai* memiliki representasi sendiri untuk kriteria cantik bagi pembacanya. *Hai* memiliki kriteria cantik tersendiri untuk menggambarkan remaja perempuan yang hadir di dalam rubrik *Cewek Hai*. Mereka dengan kriteria cantik, seksi dan berprestasi menjadi poin utama untuk bisa mengisi di rubrik *Cewek Hai*. Hal itu dijelaskan di setiap rubrik *Cewek Hai* sebagai kriteria khusus bagi remaja perempuan yang ingin atau bisa tampil di rubrik *Cewek Hai*. "*Rubrik ini khusus dibuat untuk ajang nampang cewek-cewek cakep, sexy, dan berprestasi. Kalo kamu punya temen yang kayak begitu, kirim aja foto plus biodatanya ke redaksi Hai*".

Di sini penulis akan mengidentifikasi bagaimana makna dari kriteria remaja perempuan yang telah *Hai* buat secara khusus tersebut. Sebagai majalah dengan segmentasi untuk remaja laki-laki, ketika ingin membentuk identitas remaja perempuan masuk ke dalamnya, maka bentuk representasi identitas yang berbeda menjadi hal yang menarik untuk

dibahas. Terdapat tanda-tanda yang muncul dalam merepresentasikan remaja perempuan tersebut dan tanda-tanda yang muncul memiliki makna di baliknya.

*Hai* sebagai media massa yang saat itu berkembang melalui segmentasi pembaca untuk remaja laki-laki, kehadiran rubrik *Cewek Hai* pada tahun 1999 ingin membentuk identitas perempuan baru melalui kacamata *Hai*. Pada rubrik *Cewek Hai*, secara tidak langsung *Hai* ingin membentuk identitas standar perempuan cantik baru yang bisa menjadi referensi bagi pembacanya. Mengapa identitas standar perempuan cantik baru? *Hai* sebagai media yang menggunakan segmentasi pembaca remaja laki-laki dan proses produksinya pun dikerjakan oleh dominasi laki-laki, secara tidak langsung ketika sosok perempuan hadir di dalamnya, maka bentuk penggambarannya akan dibentuk melalui kacamata laki-laki atau mengandung unsur ideologi patriarki. Hal itu tentunya akan membentuk atau menghadirkan penggambaran baru terhadap remaja perempuan yang terdapat di rubrik *Cewek Hai* yang kemudian diterima oleh pembacanya.

Berikut akan diidentifikasi tanda-tanda apa saja yang memperlihatkan kriteria cantik ala *Hai* di dalam rubrik *Cewek Hai*. Peneliti akan menggunakan signifikasi tahap pertama yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) atau disebut denotasi. Kemudian dilanjutkan dengan tahap kedua adalah konotasi dan mitos. Pertama, *Hai* sudah memiliki kriteria khusus untuk remaja perempuan yang dapat dijadikan model pada rubrik *Cewek Hai* ini. Adapun kriteria yang telah mereka buat adalah

“Rubrik ini khusus dibuat untuk ajang nampang cewek-cewek cakep, sexy, dan berprestasi. Kalo kamu punya temen yang kayak begitu, kirim aja foto plus biodatanya ke redaksi Hai”. Jika terdapat remaja perempuan dengan kriteria “cakep, sexy dan berprestasi”, maka mereka dapat tampil di halaman rubrik *Cewek Hai*. Kriteria ini sendiri selalu ditampilkan di setiap edisi rubrik *Cewek Hai* terbit, yang diletakkan pada bagian bawah artikel. Melalui kriteria khusus tersebut, penulis ingin melihat bagaimana makna dari kriteria yang mereka buat.

Kedua, akan dilakukan proses signifikasi terhadap rubrik *Cewek Hai* yang memiliki komponen gambar dan teks pada satu halamannya. Rubrik pertama adalah edisi 24 Desember 1999 dengan mengangkat judul “Shenny Ratna Amelia Nggak Takut Item”.



**Gambar 4. Rubrik *Cewek Hai* Majalah *Hai* 50/XXIII/1999**

Rubrik *Cewek Hai* edisi 24 Desember 1999 dengan judul “Shenny Ratna Amelia Nggak Takut Item”, pada teks dijelaskan “Kulit item

*memang musuh cewek. Apalagi kalo penyebabnya karena sering main layangan. Tapi buat Shenny Ratna Amelia, kulit item justru jadi bukti prestasinya sebagai atlet loncat indah.*” Kemudian pelengkapannya adalah gambar yang menampilkan seorang remaja perempuan dengan kulit sawo matang, rambut hitam pendek, sedang menyilangkan kedua tangan serta tubuh yang bersandar ke dinding dengan tersenyum menghadap kamera. Model ini mengenakan baju berkerah lengan pendek berwarna pink dan rok hitam hingga lutut.

**Gambar 4** rubrik *Cewek Hai* edisi 24 Desember 1999 dengan judul rubrik “Shenny Ratna Amelia Nggak Takut Item” memiliki makna denotasi petanda dan penanda yang ditampilkan seperti pada teks yang mengatakan *“Kulit item memang musuh para cewek. Apalagi kalo penyebabnya karena sering main layangan. Tapi buat Shenny Ratna Amelia, kulit item justru jadi bukti prestasinya sebagai atlet loncat indah. Gimana nggak gosong kalo berjam-jam kepanggang matahari di atas menara, nomor yang jadi spesialisasinya”*. Begitu juga dengan gambar yang ditampilkan, model yang dipilih pada edisi tersebut memiliki kulit sawo matang. Gabungan semua petanda dan penanda pada gambar dan teks yang memunculkan sebuah tanda yang bisa dibaca sebagai remaja perempuan cantik versi *Hai* tidaklah berkulit cerah atau putih seperti orang Barat. Model yang ditampilkan terlihat begitu percaya diri dengan warna kulit serta teks sebagai pendampingnya. *Hai* menggambarkan remaja

cantik di sini dengan kulit gelap atau sawo matang dan tetap bisa berprestasi.

Konotasi yang terdapat pada **gambar 4** adalah menampilkan remaja perempuan asli Indonesia dengan pakaian berkerah tanpa lengan dan menggunakan rok yang panjangnya di atas lutut. Pakaian yang dikenakan model remaja perempuan pada edisi tersebut merupakan pakaian ala Barat yang mulai berkembang di Indonesia. Pakaian tanpa lengan mulai muncul pada pertengahan abad yang berasal dari Yunani. Awal mulanya adalah berbentuk seperti mantel yang kemudian diubah bentuk menjadi mantel hujan dan mantel luar yang disebut *overcoat*. Di pertengahan abad, kemudian diubah menjadi pakaian tanpa lengan (Poepo, 2011:2).

Pada kepemimpinan Soeharto mulai memasukkan Amerika dan Eropa ke Indonesia yang fungsinya untuk melancarkan politik presiden Soeharto untuk memodernkan Indonesia. Hal itu dapat memberikan rasa percaya masyarakat terhadap Soeharto yang akan menjadikan Indonesia negara berkembang dan maju. Oleh karena itu, mulai Orde Baru Indonesia sudah tidak lagi murni menggunakan budaya, sosial, ekonomi dan politik sendiri. Barat sudah menjadi kiblat untuk menjadikan Indonesia lebih maju lagi.



Petanda dan penanda menampilkan tanda bahwa seksi merupakan tubuh yang akan dikenali sebagai tubuh perempuan seperti kulit terbuka yang halus, mulus dan berwarna coklat, dan sosok perempuan lengkap dengan semua atribut yang biasa dikenali melekat pada diri perempuan seperti rambut yang panjang atau pendek, riasan wajah serta pakaian model yang terbuka (memperlihatkan bagian tubuh tertentu). Begitu juga dengan prestasi yang dijelaskan pada kedua artikel tersebut.

Sebagai pemimpin negara pada masa Orde Baru, politik yang diterapkan oleh Soeharto mengarah ke Barat seperti Eropa dan Amerika. Sedangkan pada kepemimpinan Soekarno yaitu Orde Lama, segala hal tentang Barat seperti musik, makanan tidak diperbolehkan masuk ke Indonesia. Lain halnya dengan masa kepemimpinan Soeharto. Segala hal tentang Barat dapat masuk dengan mudah ke Indonesia. Hal itu memberikan perubahan yang cukup signifikan juga terhadap media ketika ingin menggambarkan sosok perempuan ke dalamnya.

Pada tahun ini, yang merupakan dari masa setelah runtuhnya Orde Baru, mulai memasuki masa-masa transisi reformasi. Di mana dampak dari masa Orde Baru masih dapat dirasakan oleh masyarakatnya, walaupun kepemimpinan sudah tidak berada di tangan Soeharto, namun sisa-sisa dari rezim tersebut masih terasa. Hal itu terlihat oleh masih adanya pengaruh Barat yang dinikmati yang memberikan perubahan dari segi budaya, sosial dan ekonomi. Pada praktik yang telah *Hai* lakukan terhadap model remaja perempuan adalah mengusung budaya pakaian ala Barat yang

mendominasi di rubrik *Cewek Hai* tahun 1999 ini dibandingkan dengan pakaian tradisional Indonesia seperti kebaya.

Budaya Barat yang telah masuk ke Indonesia karena Soeharto, meninggalkan bekas yang masih digunakan oleh masyarakatnya. Budaya Barat telah mempengaruhi masyarakat Indonesia terhadap ideologi yang menjadikannya budaya populer. Seperti halnya pakaian ala Barat yang dikenakan oleh model remaja perempuan di atas yang mulai dijadikan budaya populer. Politik Soeharto sudah berhasil membawa budaya Barat sejak Orde Baru, membuat makanan, pakaian bahkan musik dari Eropa dan Amerika dapat dengan mudah masuk ke Indonesia.

Runtuhnya masa Orde Baru yang berubah menjadi masa reformasi memberikan pengaruh terhadap pembentukan identitas pada remaja perempuan yang dihadirkan dalam rubrik *Cewek Hai*. Melalui kedua rubrik di atas memperlihatkan bahwa *Hai* mulai menghindari kulit-kulit terang ala Barat. Menurut Ita Yulianto (2007) keinginan orang Indonesia untuk memiliki kulit putih terkait dengan pesona Barat, yaitu pengaruh Barat dalam beberapa bentuk, mulai dari pengaruh zaman kolonis Belanda, hingga ke media televisi yang menggambarkan budaya Barat. Jika demikian, untuk mengetahui persepsi kecantikan yang bebas dari pengaruh Barat, kita bisa lihat persepsi kecantikan sastra Jawa.

Selain kulit, konsep tubuh ideal juga dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Kultur budaya

memberikan standar-standar tertentu atas tubuh yang ideal. Setiap kultur memiliki ragam standar dari masa ke masa sehingga perempuan maupun media berusaha untuk membentuk kemudian menampilkan tubuh ideal dengan berbagai cara. Bicara mengenai cantik pada perempuan, erat kaitannya dengan mitos kecantikan yang berlaku pada masyarakat yang merupakan bagian dari tubuh ideal.

Jadi, orang Indonesia dapat dianggap sebagai ras campuran yang terletak di antara dua ekstreme, ras kulit putih dan ras kulit hitam, atau juga sebagai orang yang bukan putih atau bukan hitam. Jika orang Indonesia menyebut kulit mereka sebagai sawo matang, obsesi menjadi putih adalah keinginan mempunyai kulit yang lebih terang daripada yang standar (sawo matang), bahkan untuk memiliki kulit seperti orang Kaukasian atau keturunan Eropa dari ras kulit putih.

Menurut Ita Yulianto pesona Barat adalah sebuah explikasi untuk menjelaskan keinginan orang Indonesia untuk memiliki kulit putih, dan walaupun pesona Barat tidak menyampaikan persepsi kecantikan yang nyata, namun pesona Barat ini adalah faktor yang sangat penting untuk membentuk persepsi-persepsi kecantikan dalam pikiran masyarakat Indonesia dari zaman kolonial hingga sekarang. Luh Ayu Saraswati mengatakan bahwa ketika Indonesia mulai merdeka, gagasan tentang perempuan cantik berubah menjadi *Indonesian white beauty*. Saat pemerintahan berganti, penguasa berganti, gagasan mengenai cantik pun

juga berganti. Namun tetap saja yang dianggap cantik adalah kulit putih. Lebih jauh lagi ia menjelaskan, selain usaha untuk menumbuhkan wacana kecantikan baru, era Soekarno yang anti terhadap Barat juga terpengaruh pada wacana cantik yang berkembang di masa tersebut. Cantik versi Indonesia adalah berkulit terang, hal ini biasanya disebutkan berkulit kuning langsung. Namun Ayu mengkritik, bahwa wacana cantik yang digaungkan oleh Indonesia merujuk pada perempuan Jawa, bukan perempuan Ambon ataupun Papua yang kebanyakan berkulit gelap.

Ayu mengatakan, saat memasuki zaman Soeharto, konsep cantik menjadi berubah. Soeharto yang menjalin hubungan dengan Barat kembali membaik, khususnya di bidang ekonomi. Film Hollywood, majalah gaya busana, serta produk lainnya yang berasal dari Barat masuk ke Indonesia. Wacana cantik ideal yang dikampanyekan sejak masa kolonial hingga naiknya Soeharto menjadi pemimpin, membuatnya sulit tumbang. Meski saat masa pemerintahannya banyak model yang ditampilkan dengan kulit gelap, namun wacana bahwa cantik itu putih masih mendominasi. Jika kulit gelap tidak dibidang cantik, namun manis. Tetapi putih digambarkan cantik (Janti, 2018).

Soeharto yang pada masa Orde Baru menggandeng Barat (Amerika dan Eropa) untuk memodernkan Indonesia, terbilang cukup berhasil sampai jatuhnya masa Orde Baru pada tahun 1998. Namun dengan masuknya beberapa budaya Barat ke Indonesia, tidak membuat *Hai*

mengikuti semua apa yang telah dibawa oleh Barat. Salah satunya pada pemilihan model dengan warna kulit yang masih memilih warna kulit asli orang Indonesia yaitu gelap atau kuning langsung. Hal ini dapat dilihat pada **gambar 4** dan **gambar 5** yang terdapat model remaja perempuan dengan warna kulit yang tidak putih.

Warna kulit bangsa Barat yang putih, tanpa disadari telah dijadikan relevansi simbol yang diakui sebagai salah satu syarat kecantikan perempuan Indonesia yang memiliki ras coklat (Yulianto, 2007:9). *Hai* mengenalkan cantik pada pembacanya yaitu perempuan yang memiliki paras asli orang Indonesia bukan Barat, yaitu kulit sawo matang atau coklat bukan putih. Menurut Winarni, kecantikan dan feminitas perempuan tidak dapat dilepaskan dari konstruksi budaya patriarki yang memberikan kuasa pada laki-laki untuk memberikan pengakuan atas feminitas perempuan dan perempuan selalu mencari pengakuan atas feminitasnya (Winarni, 2009:7).

Tidak hanya kulit yang menjadi tanda dari kriteria cantik dan seksi ala *Hai*. Namun ada tanda lainnya yang menggambarkan cantik dan seksi versi *Hai* pada tahun tersebut. Tanda-tanda lain yang dapat dilihat adalah pemilihan model dilihat dari bentuk rambut. Bentuk atau jenis rambut yang ditampilkan *Hai* di dalam rubrik ini didominasi dengan rambut pendek atau panjang berwarna hitam.

Karakteristik perempuan diidentikkan dengan perempuan yang lemah, pasif, submisif dan emosional serta mengandalkan daya tarik fisik meliputi kecantikan, sensualitas dan lekuk tubuh (Kurnia, 2004:20). Hal itu dapat dilihat pada model di rubrik *Cewek Hai* yang ditampilkan di sana. Mereka yang tampil di sana telah masuk dalam kriteria yang telah dibuat secara paten yaitu *cakep, sexy dan berprestasi*. Jika terdapat remaja perempuan dengan kriteria tersebut, maka mereka bisa menjadi model untuk rubrik *Cewek Hai*.

Namun ternyata hal ini juga memperlihatkan bahwa media yang menampilkan wajah serta bentuk tubuh perempuan sebagai daya tarik, menggambarkan perempuan secara tidak langsung sebagai simbol seks. Pada kondisi seperti ini, remaja perempuan yang ditampilkan tanpa disadari bahwa sesungguhnya mereka telah dikonstruksi secara sosial untuk berada di dunia marjinal yakni dunia objek, dunia citra dan dunia komoditas. Begitu juga yang *Hai* lakukan terhadap remaja perempuan di dalam rubrik *Cewek Hai* yang mereka ciptakan melalui kriteria khusus yang mereka sematkan. Tanpa disadari bahwa sosok perempuan yang hadir di sana telah dijadikan simbol seks bagi pembaca maupun produsennya.

Dapat dikatakan citra perempuan tidak ubahnya dijadikan sebagai komoditas yang tereksplorasi. Perempuan direkayasa sedemikian rupa agar dapat memperoleh akumulasi modal dari para kapitalis media. Perempuan pada masa masuknya reformasi masih digunakan sebagai

sasaran target pasar barang. Kriteria cantik, seksi dan berprestasi hanyalah rekayasa sebagai bentuk promosi untuk memberi gambaran terhadap suatu produk (rubrik *Cewek Hai*).

Semua rubrik di atas adalah hasil konstruksi atas realitas yang dibentuk oleh media, dengan membentuk nilai cantik pada sosok remaja perempuan dengan gagasan masyarakat tentang stereotype pada gender yang diolah kembali oleh media. Hal ini dapat merubah pandangan baru atau mitos baru pada masyarakat bahkan memperkuat asumsi yang dibentuk oleh media tersebut. Dennis McQuail mengatakan, media diyakini merupakan cermin yang merefleksikan realitas sosial. Sehingga apa yang kita lihat atau saksikan di media merupakan gambaran yang sebenarnya atas realitas. Realitas sosial dihadirkan kembali oleh media lewat proses representasi, sehingga hadir dengan kemasan yang baru dan menjadi realitas media. Sampai pada tahapan ini, maka media massa telah melakukan konstruksi atas realitasnya (McQuail, 1992:161-168).

Konsep bentuk tubuh diproduksi dan direproduksi oleh kelas sosial yang berbeda-beda. Pola reproduksi ini mungkin terjadi jika upaya untuk memberikan penyadaran pada kaum perempuan bahwa tubuh dikonstruksi secara sosial berdasarkan ideologi patriarki. Hal ini memperlihatkan bahwa bentuk tubuh ideal perempuan adalah berdasarkan penilaian dari laki-laki. Selain itu juga, bentuk tubuh perempuan dikonstruksi oleh industri-industri yang terkait dengan tubuh. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dibalik konstruksi bentuk tubuh perempuan ideal,

ideologi kapitalis melalui industri-industri tersebut yang terus memperoleh keuntungan dengan konstruksinya.

Apa yang ingin disampaikan oleh *Hai* terkait bentuk identitas remaja perempuan di rubrik *Cewek Hai*, akan memberi anggapan atau mitos bagi pembacanya bahwa bentuk cantik perempuan pada masa itu adalah seperti yang digambarkan oleh *Hai*. Produksi atas kekuasaan yang terjadi kemudian adalah munculnya strategi untuk menghancurkan mitos bertubuh kurus, kulit tidak putih (coklat, sawo matang atau kuning langsung) serta rambut hitam yang panjang atau pendek, yang muncul terus menerus sehingga secara tidak langsung masyarakat atau pembaca menganggap tubuh perempuan normal adalah bertubuh kurus, berkulit tidak putih dan berambut hitam panjang atau pendek.

Munculnya tanda-tanda tersebut yang kemudian membentuk sebuah mitos baru di masyarakat kaitannya dengan masa lalu Indonesia yang pernah mengalami masa-masa kolonial atau penjajahan. Namun, tidak semuanya dapat dinilai positif atau baik-baik saja pada setiap tanda yang muncul tersebut. Tanpa disadari bahwa ternyata *Hai* sebagai majalah khusus remaja laki-laki juga ingin tetap menjadikan remaja perempuan sebagai objek. Unsur material dan konseptual tentang modernisasi, pembangunan negara-bangsa, ekonomi, agama, perang atau korupsi, semuanya dipandang sebagai urusan tentang dan kaum laki-laki (Heryanto, 2012:9).