

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan wadah dalam mengkonstruksikan sebuah realitas sosial di masyarakat, salah satu bentuknya yaitu majalah. Melalui majalah, realitas sosial dibentuk sesuai dengan ideologi yang diinginkan. Makna yang terkandung di dalam majalah merupakan hasil akhir dari konstruksi yang dibangun. Sama halnya dengan identitas budaya, di mana konstruksi yang terbentuk akan selalu berubah karena realitas yang dituliskan tidak pernah tetap yang artinya dapat bertambah ataupun berkurang.

Majalah remaja khususnya majalah *Gogirl!* adalah fokus utama dalam penelitian ini. Berbagai bagian kehidupan di masyarakat dapat menjadi materi rubrik majalah. Gaya hidup, fesyen, selebriti, kecantikan, kehidupan personal atau percintaan dan teknologi adalah beberapa contoh isi rubrik yang terdapat dalam majalah remaja di Indonesia. Gaya hidup terkini merupakan isu utama yang ditampilkan oleh mayoritas majalah remaja. Majalah merupakan salah satu panutan atau inspirasi bagi sebagian remaja Indonesia dalam membentuk gaya hidup mereka. Menurut Usman (2006:21), menjelaskan bahwa remaja memilih majalah berdasarkan pada informasi yang diberikan sesuai dengan tren saat itu dan majalah tersebut dianggap *gaul*.

Globalisasi mengakibatkan mudahnya berbagai elemen budaya luar masuk ke Indonesia. Sebagai contohnya yaitu majalah waralaba dari luar negeri yang tentunya membawa identitas budaya luar khususnya budaya Barat ke Indonesia,

seperti halnya penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa keseharian, ekspresi gaya fesyen ala Barat, dan lain sebagainya. Majalah waralaba kerap memunculkan identitas-identitas tersebut, seperti; *Cosmogirl*, *Seventeen*, *Cleo* dan lainnya. Berbeda dengan majalah tersebut, majalah *Gogirl!* adalah majalah asli Indonesia, namun dalam penyajiannya tidak jauh berbeda dengan majalah waralaba tersebut. Majalah *Gogirl!* nyatanya menggunakan sampul depan selebriti luar negeri dan juga menggunakan bahasa campuran dalam penulisannya. Bahasa yang digunakan mayoritas Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris juga menggunakan bahasa yang santai yang sesuai pada zaman sekarang. Hal tersebut menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan minat pembaca karena dengan menggunakan bahasa sehari-hari seakan memiliki kedekatan dengan pembaca. Seperti salah satu contoh berikut dalam penulisannya menggunakan bahasa campuran serta bahasa santai:

“Say hi to team Xina! Christina Aguilera kabarnya bakal balik lagi ke deretan judges di The Voice 5 nanti setelah sempet digantikan oleh Shakira selama 1 season. Katanya sih karena Shakira pengen banget fokus ngurus baby Milan, that’s why they want Christina back to fill the red turning chair with Adam Levine and Blake Shelton. We sure everyone must be so excited hearing you coaching again Xtina! Welcome aboard! (Assiry, 2013).

Berbicara mengenai fesyen, majalah *Gogirl!* menampilkan tren fesyen yang juga mengarah pada tren fesyen Barat yaitu lebih berani dan vulgar dalam mengekspresikannya, contohnya seperti menggunakan pakaian yang lebih terbuka dan minim sedangkan budaya fesyen di Indonesia adalah sebaliknya. Selain itu, artikel utama dalam majalah *Gogirl!* banyak membahas mengenai selebriti luar negeri khususnya Barat dengan segala prestasi ataupun kehidupan pribadinya.

Faktanya pula dalam setiap edisi, rata-rata majalah *Gogirl!* mempunyai 35 lebih rubrik yang dimuat secara berkelanjutan. Terdapat 22 rubrik yang membahas mengenai berbagai hal yang merujuk pada isu-isu global dan 13 rubrik mengenai tren maupun isu lokal. Isu budaya global ini dapat berupa rubrik yang membahas informasi selebriti *Hollywood*, inspirasi gaya fesyen yang berkiblat pada mode ala Barat, rekomendasi film ataupun lagu Barat, dan lainnya. Isu lokal yang dituliskan dapat berupa pembahasan budaya lokal Indonesia, informasi *event* lokal, *styling* menggunakan produk serta model lokal, dan sebagainya.

Tema yang menarik serta konten berita terkini merupakan elemen utama dalam menyajikan rubrik di majalah *Gogirl!* agar menarik minat pembaca. Pasalnya konten yang menarik minat pembaca mayoritas mengacu pada isu budaya Barat. Seperti yang dituliskan oleh R. Tumanggor dkk (2017:37) bahwa “Produk-produk budaya lokal mulai ditinggalkan lantaran dianggap ketinggalan zaman, tidak *up to date*, kuno dan semacamnya. Oleh karenanya, generasi terkini dengan basis kulturnya masing-masing kemudian meski tidak sama, akhirnya memilih untuk mengadopsi budaya baru atau budaya kekinian (*hybrid culture*) yang telah berasimilasi dengan budaya Barat.”

Berbagai fakta di atas menunjukkan bahwa budaya global mempengaruhi setiap komponen yang terdapat di majalah *Gogirl!*. Budaya global menjadi konten utama yang dituliskan oleh majalah *Gogirl!* ini. Wacana globalisasi tentunya menjadi penyebab bahwa masyarakat secara bersama-sama mengonsumsi budaya global yang sama. Di samping hal tersebut, majalah *Gogirl!* edisi 101 bulan Juni tahun 2013 dipilih menjadi objek penelitian. Konten yang terdapat di majalah

Gogirl! tahun 2013 tentunya mengandung berbagai macam isu budaya global yang merujuk pada identitas budaya Barat seperti yang sudah disebutkan pada paragraf di atas. Budaya global ini mempengaruhi representasi yang ingin dibentuk dalam majalah. Globalisasi yang sudah berlangsung lama menjadi penyebab masyarakat Indonesia akhirnya beradaptasi dengan budaya global yang masuk. Hal tersebut menyebabkan adanya pertemuan antara identitas global dan lokal. Seperti menurut Nilan dan Feixa bahwa:

“Hybridization is a process of cultural interaction between the local and the global, the hegemonic and the subaltern, the centre and the periphery. On the other hand, hybridization is a process of cultural transactions that reflect how global cultures are assimilated in the locality, and how non-western impact upon the west” (Nilan dan Feixa, 2006).

Pernyataan di atas mengatakan bahwa suatu interaksi antar budaya yang berbeda akan mengakibatkan adanya pencampuran budaya atau dapat disebut dengan *hybrid culture*. Melalui proses *hybrid culture* ini kedua budaya mempengaruhi satu sama lain. Keduanya pun memiliki identitasnya tersendiri yang membedakan masing-masing unsur dari budaya tersebut. Seperti yang terjadi di majalah ini, di mana adanya pertemuan budaya yang secara jelas terlihat.

Melalui penjelasan di atas majalah *Gogirl!* dapat disebut sebagai hasil representasi dari *hybrid culture* yang berlangsung atau juga sebagai produk *hybrid culture*. Identitas yang tertanam pada majalah *Gogirl!* yaitu mayoritas identitas budaya global, di mana dalam budaya tersebut mengarah pada identitas budaya Barat seperti yang disebutkan di atas. Identitas lokal pun masih terlihat dengan tetap mempertahankannya melalui berbagai macam tema lokal dalam artikel yang

dibahas. Hal tersebut merupakan dampak dari majalah *Gogirl!* sebagai produk hibriditas yang tentunya konten identitas lokal tetap dituliskan. Maka, hal tersebut memperlihatkan bagaimana konstruksi yang terbentuk antara identitas budaya global dan lokal.

Melalui latar belakang di atas, penulis menjadi tertarik untuk mengetahui lebih mendalam serta melihat bagaimana konstruksi yang dibangun oleh majalah *Gogirl!* dalam konten artikelnya yaitu *Cheap and Healthy Meal For A Week*, *Fun Games Now and Then* dan *The Ancient Greek* melalui interaksi dan pertemuan identitas global dan lokal tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalahnya yaitu bagaimana konstruksi dari identitas global dan identitas lokal dalam Majalah *Gogirl!* edisi 101 Bulan Juni 2013?

C. Tujuan Penelitian`

Tujuan dari penelitian ini sederhananya adalah:

1. Agar penulis mengetahui serta mengungkapkan apa dan bagaimana majalah *Gogirl!* dalam menggambarkan realitas dua budaya yaitu budaya lokal dan budaya global sehingga membentuk suatu *hybrid culture* di dalamnya.
2. Terlihat bagaimana unsur negosiasi yang dilakukan oleh majalah *Gogirl!* dalam setiap konten artikelnya.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan maupun wawasan mengenai budaya khususnya identitas yang terkandung dalam budaya lokal dan global yang dikonstruksikan melalui media majalah. Serta dapat memberikan pemahaman yang lebih perihal pertemuan dua budaya yang berbeda.

E. Kerangka Teori

1. Media sebagai Sarana Meluasnya Globalisasi

Kemajuan teknologi yang selalu berkembang mengakibatkan fenomena globalisasi menjadi tersebar sangat cepat dan luas. Dampak yang disebabkan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di masyarakat. Kekuatan media massa menyebabkan informasi yang tersebar secara luas dapat ditemukan dan terakses dengan mudah. Media massa menjadi rujukan khalayak dalam memenuhi kebutuhan sosialnya. Selain itu, media juga digunakan sebagai jalan untuk menghasilkan keuntungan bagi beberapa pihak. Menurut Kellner, media komunikasi ini dipandang oleh teoretisi kritis sebagai industri yang ditujukan untuk kepentingan komersial dan menstandardisasikan sebuah produk budaya (dalam Ibrahim dan Akhmad, 2014:30).

Penggunaan media massa maupun media baru menjadi penghubung tanpa batas dalam menyalurkan identitas budaya global dari negara superior. Media massa seakan sudah menjadi kebutuhan wajib dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia saat ini yang digunakan untuk memperdalam pengetahuan serta

mengetahui berbagai berita terkini, sehingga mempengaruhi bagaimana setiap individu memahami suatu realitas sosial yang ada. Hal tersebut pada era ini disebutnya dengan “*media saturated world*” yaitu saat di mana adanya pemisah yaitu media massa terhadap kehidupan manusia, dan cara kita melihat memandang, memahami dan berperilaku terhadap realitas sosial yang telah di antarai oleh media massa (Ida, 2014:3).

Meluasnya globalisasi secara cepat, berbagai negara merasakan secara langsung maupun tidak langsung pengaruh dari fenomena globalisasi tersebut. Arus globalisasi tidak sekedar melintasi negara-negara maju dengan segala fasilitas teknologi yang canggih dan perekonomian yang tinggi saja namun juga melintasi negara berkembang sampai pada negara miskin sekalipun.

Fokus dalam penelitian ini yaitu terkait dengan globalisasi terhadap kebudayaan. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa budaya lokal khususnya Indonesia memiliki unsur identitas yang dianggap berbeda dengan budaya Barat. Negara Barat mencoba mengeksport identitas lokal mereka yang kemudian disebarkanluaskan ke seluruh dunia sebagai identitas global yang dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Sebagaimana yang disebutkan oleh Mubah (2015:32), yaitu negara-negara maju merupakan aktor utama dalam proses globalisasi yang selama ini berlangsung.

Terdapat berberapa faktor negara Barat disebut sebagai negara maju yang berperan penuh serta memiliki *power* dalam proses globalisasi. Salah satu indikator suatu negara dapat disebut dengan negara maju ialah pertumbuhan perekonomiannya termasuk dalam golongan tinggi. Selain itu, negara Barat disebut

sebagai negara yang mampu menguasai teknologi informasi dan komunikasi, lalu dengan mudahnya mereka menyebarkan budayanya. Sedikit melihat sejarah terdahulu seperti yang dituliskan oleh Nugroho dalam Hisyam dan Pamungkas (2016:3), bahwa waktu silam Perang Dingin dimenangkan oleh blok Barat, sehingga mereka (negara-negara Barat) berperan sekaligus sebagai rezim pemaknaan dalam proses perkembangan masyarakat. Lebih jelasnya blok Barat yang dimaksudkan yaitu Amerika Serikat yang saat itu mencoba untuk menyebarkan pengaruh mengenai liberalisme ke seluruh negara yang berada dibawahnya. Berbeda dengan lawan perangnya yaitu blok Timur yang merupakan Uni Soviet memberikan pengaruh mengenai komunisme.

Masyarakat Indonesia tidak terlepas dari cerminan berbangsa dan bernegara yang sesuai dengan nilai luhur kebudayaan bangsa, hal tersebut tidak menjamin bahwa masyarakat tidak akan meninggalkan budaya lokalnya. Indonesia menjadi umpan yang potensial bagi negara Barat dalam menumpahkan budaya global yang mereka miliki. Sejak Indonesia dijajah, proses globalisasi sebenarnya sudah mulai muncul. Namun pada era sekarang globalisasi dapat mengalir dengan mudahnya karena jalan yang dilalui lebih bebas dan terbuka untuk mengeksport budaya Barat itu sendiri. Benua Asia mempunyai peluang yang besar bagi negara asing dalam mengembangkan perindustriannya. Pada dasarnya menurut Rahmitasari (2017:55) karena lebih dari 60% penduduk di dunia menetap di Asia, sehingga pertumbuhan industri pun menjadi sangat tinggi.

Globalisasi yang berkembang di masyarakat akan sangat berpengaruh terhadap identitas budaya yang mereka anut. Dalam hal ini, Indonesia tidak dapat

sepenuhnya menahan budaya asing yang masuk. Batas-batas kedaulatan negara tidak mampu menahan masuknya budaya dari negara lain meskipun budaya itu memiliki perbedaan besar (Mubah, 2015:37). Proses globalisasi mempunyai dampak positif dan juga negatif terhadap suatu kebudayaan itu sendiri. Menurut Hisyam (2016:7):

Globalisasi dalam bidang kebudayaan memungkinkan difusi pemikiran, nilai-nilai moral, estetika dan nilai budaya tertentu menyebar ke seluruh dunia. Bangsa-bangsa yang dominan baik dalam *power*, penguasaan telekomunikasi dan komunikasi, bahasa dan agama dapat mempengaruhi banyak budaya bangsa lain di dunia. Dalam situasi dunia yang terbuka nilai-nilai budaya dari bangsa lain yang super dapat dipelajari dan diserap lalu berakulturasi, sehingga mewarnai perilaku bangsa-bangsa lain. Sebaliknya bagi bangsa minoritas akan kehilangan sebagian nilai-nilai budayanya. Ketika identitas mengalami pemudaran, maka integrasi sebagai bangsa pun mengalami degradasi. Lalu pada tingkat serius, kesadaran nasionalisme menghilang.

Selama berjalannya globalisasi, budaya global yang masuk secara perlahan diterima masyarakat. Walaupun pada dasarnya tidak semua aspek budaya yang masuk diadopsi. Globalisasi mengakibatkan masyarakat mengonsumsi budaya global yang sama sehingga mereka dapat disebut homogen. Seperti Ritzer (2006:97) berpendapat bahwa keunggulan lokal akan cenderung berhubungan dengan heterogenitas sementara dominasi global akan lebih dihubungkan dengan homogenisasi. Bersifat homogen tidak mengartikan bahwa budaya terdahulu yaitu lokal sepenuhnya hilang, karena kerap adanya upaya yang dilakukan untuk mempertahankan budaya tersebut.

2. Konstruksi Identitas Global dan Identitas Lokal

Media menjadi penghubung sekaligus fasilitas dalam pembentukan konstruksi dari realitas tersebut. Realitas yang ada tidak berifat tunggal maupun sama karena adanya konstruksi yang dibangun oleh lebih dari satu manusia. Menurut penjelasan Eriyanto (2002:18) bahwa realitas yang terdapat dalam masyarakat bersifat ganda atau plural, di mana setiap orang akan berbeda dalam mengkonstruksikan sebuah realitas yang ada karena terdapat berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi di antaranya yaitu pendidikan tertentu, pengalaman, preferensi, atau lingkungan sosial tertentu.

Kita tahu bahwa budaya yang berada dalam lingkungan masyarakat yakni sebuah representasi. Budaya yang dianut oleh masyarakat tidak bisa disebut asli karena adanya penambahan ataupun pengurangan terhadap unsur budaya tersebut, di mana dalam proses perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor didalamnya. Menurut Geertz dalam Abdullah (2006:1) mengatakan bahwa kebudayaan merupakan sistem mengenai konsepsi-konsepsi yang diwariskan dalam bentuk simbolik, yaitu dengan cara manusia dapat berkomunikasi, melestarikan, dan mengembangkan pengetahuan dan sikapnya terhadap kehidupan. Kemudian, dalam proses penggambaran realitas di benak manusia tentunya juga dipengaruhi oleh berbagai macam pengalaman yang dialami. Namun dalam menafsirkan sesuatu tentu saja tetap bersandar pada pandangan awal, prasangka, motivasi dan kepentingan kita sendiri (Rivers dkk, 2003:30).

Beberapa faktor di atas mempengaruhi penggambaran suatu realitas budaya yang menyebabkan setiap individu ataupun kelompok berbeda dalam menafsirkan

budayanya. Sama halnya dengan budaya lokal di Indonesia, globalisasi mempengaruhi bagaimana penggambaran budaya lokal itu sendiri. Berbagai cara masyarakat mempertahankan budaya lokal ini, salah satunya dengan cara membentuk suatu *hybrid culture* antara budaya lokal dengan budaya global.

Majalah merupakan salah satu tempat untuk mengkonstruksikan suatu realitas sosial sesuai dengan konsepsi yang diinginkan oleh pembuatnya seperti yang terdapat dalam penelitian ini. Audien atau masyarakat menjadi pihak konsumen, seperti menurut pandangan dari konstruksionis mengatakan bahwa media bukanlah sekedar saluran bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas lengkap dengan pandangan, bias dan pemihaknya. Melalui hal tersebut media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas (Eriyanto, 2002:27).

Bahasa menjadi elemen utama dalam menggambarkan suatu realitas yang akan dituangkan ke dalam majalah. Melalui bahasa, realitas tersebut akan secara mudah dimaknainya. Stuart Hall (1997:15) berpendapat bahwa “*Representation means using language to say something meaningful about, or to represent the world meaningfully to other people*”. Kenyataannya bahasa bukan lagi sekedar untuk merepresentasikan realitas, namun bahasa juga menjadi tempat untuk menggambarkan makna tertentu.

Keberadaan bahasa tidak lagi sebagai alat yang hanya digunakan untuk menggambarkan realitas, melainkan bisa menentukan gambaran (makna citra) mengenai suatu realitas-realitas media yang muncul di benak khalayak. Terdapat berbagai cara media mempengaruhi bahasa dan makna ini, diantaranya; mengembangkan kata-kata baru dalam beserta makna asosiatifnya, memperluas makna dari istilah-istilah yang ada, mengganti makna lama sebuah istilah dengan makna baru, menempatkan makna

konvensi yang telah ada dalam suatu sistem bahasa (Hamad, 2004:12).

Kebudayaan baru yang datang dan masuk ke dalam tatanan budaya lama atau terdahulu akan menggeser sistem kebudayaan tersebut. Masyarakat dalam mengkonstruksi kebudayaan sesuai dengan faktor-faktor yang melatarbelakangi. Menurut Maunati (2004:31), Konstruksi identitas budaya bersifat kompleks sebagian karena konstruksi ini merupakan salah satu produk sejarah. Identitas kebudayaan itu sendiri bisa berubah dan diubah tergantung pada konteksnya, pada kekuasaan, dan *vasted interest* yang bermain.

Menurut penjelasan di atas, identitas dalam budaya merupakan sebuah produk yang dikonstruksi oleh manusia. Hall juga menyebutkan bahwa, identitas yaitu sebagai 'produksi' yang yang tidak pernah selesai, selalu berada dalam proses dan selalu berada di dalam bukan di luar representasi (dalam Susanto, 2008:23). Terdapat perbedaan yang signifikan antara identitas budaya lokal dan budaya global. Identitas yang tertanam pada setiap kebudayaan memiliki ciri khasnya tersendiri, hal tersebut yang membedakan budaya satu dengan lainnya. Identitas budaya ini merupakan kesadaran terhadap karakteristik khusus kelompok yang dimiliki seseorang dalam hal kebiasaan hidup, adat bahasa dan nilai-nilai (Dorais dalam Santoso, 2006:45).

Komunikasi global ini dianggap telah melahirkan suatu jaringan yang tak terhitung yang menggabungkan manusia dalam pikiran global atau *global mind* yang bekerja sama mengembangkan kehidupan yang lebih baik (Goldsmith dalam Abdullah, 2006:166). Berada dalam desa global tidak sepenuhnya menghasilkan keuntungan bagi kebudayaan lokal, karena budaya global memiliki kelebihan serta

kekurangannya tergantung pada bagaimana individu ataupun kelompok melihatnya.

Dampak yang diberikan budaya global besar terhadap budaya lokal karena masyarakat menganggap budaya global memiliki popularitas yang tinggi. Media dengan segala kepentingannya menyebarkan segala aspek-aspek budaya global secara luas. Masyarakat berbondong-bondong mengonsumsi budaya global secara bersama-sama. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat menjadi homogen, seperti halnya konsep restoran cepat saji *McDonald's* yang memberi dampak homogenisasi di banyak tempat di dunia. Konsep tersebut dikenal dengan McDonaldisasi, di mana menurut Ritzer (2006:109-111) konsep McDonaldisasi merupakan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip restoran cepat saji yang mulai mendominasi dari zona masyarakat Barat dan sejumlah masyarakat besar, di mana pengaruh yang disebabkan meningkat diseluruh dunia. Namun dalam hal ini McDonaldisasi tidak terbatas pada industri cepat saji dan tidak juga pada Amerika Serikat, di mana McDonaldisasi adalah sebuah proses perubahan global yang luas dan jauh jangkauannya.

Budaya lokal yang sudah mentradisi kuat di Indonesia dapat menjadi strategi dalam menyaring budaya global yang masuk. Tidak bisa dipungkiri bahwa suatu bangsa pasti menyadari dampak yang disebabkan oleh globalisasi, namun dengan besarnya terpaan globalisasi tersebut maka sulit untuk membendung masuknya berbagai aspek budaya global yang bersebrangan dengan budaya lokal Indonesia. Kearifan lokal yang sudah menjadi pedoman bermasyarakat tidak dapat sepenuhnya menyaring dampak dari globalisasi yang masuk. Kita mengetahui bahwa budaya

lokal terdahulu dianggap memiliki aturan tradisi yang rumit. Suatu ritual budaya dengan segala aturannya yang terlalu ketat dinilai menjadi penghalang bagi kebebasan masyarakat (Mubah, 2015:39). Namun hal tersebut tidak sepenuhnya menjadi alasan tergesernya budaya lokal itu sendiri. Globalisasi mengakibatkan masyarakat masuk dalam tatanan desa global. Seperti halnya prediksi McLuhan bahwa dunia akan menjadi sebuah desa global, di mana saat ini masyarakat cenderung bersama-sama memandang dunia sebagai budaya global (Liliweri, 2002:43). Masyarakat menganggap budaya lokal menjadi kurang relevan dengan perkembangan zaman pada saat ini, sehingga adanya perubahan dalam memandang nilai yang terkandung dalam budaya lokal tersebut.

Budaya global yang bersifat universal juga menjadi salah satu faktor masyarakat. Seperti menurut Abdullah dalam Supriyanto (2018:302) menyebutkan bahwa budaya global ditandai dengan integrasi dengan budaya lokal ke dalam suatu tatanan global. Nilai-nilai kebudayaan luar yang beragam menjadi dasar dalam pembentukan sub-sub kebudayaan yang berdiri sendiri dengan kebebasan-kebebasan ekspresi. Pada era globalisasi ini, dunia seolah tidak memiliki lagi batas-batas wilayah dan waktu.

Eksistensi yang dimiliki budaya global membuat budaya lokal berupaya untuk mempertahankan serta meningkatkan kembali kepekaannya terhadap budaya lokal tersebut. Indonesia dikenal dengan masyarakat yang mempunyai beragam kebudayaan yang biasa disebut dengan masyarakat plural. Kearifan lokal yang terdapat di dalam budaya lokal dapat menjadi pedoman dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat. Kearifan lokal menurut Sibarani dalam Suaib (2017:7)

yang merupakan kebijakan atau pengetahuan asli suatu masyarakat yang berasal dari nilai luhur tradisi budaya untuk mengatur tatanan kehidupan masyarakat. Selain itu, sebagian budaya lokal ini dianggap mampu untuk beradaptasi sekaligus bertransformasi dengan perkembangan teknologi yang dibawa oleh globalisasi. Sebagai contoh, saat memudarnya budaya lokal di Indonesia, kesenian tradisional Ketoprak mampu bertahan dengan mempopulerkan kembali kesenian tersebut melalui tayangan televisi yang dimainkan oleh kelompok srimulat (Surahman, 2013).

3. Lokal dan Global dalam Posisi *The Third Space*

Hybrid culture menjadi kajian yang kerap dibahas dengan adanya proses globalisasi. *Hybrid culture* dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai budaya hibrida. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hibrida dalam hal biologi berarti turunan yang dihasilkan melalui dua perkawinan antara dua jenis yang berlainan. Sama halnya dengan konsep *hybrid culture*, di mana ada pertemuan antara satu budaya dengan budaya lainnya. Masing-masing budaya memiliki identitasnya tersendiri. Globalisasi pada dasarnya dianggap mengganggu pembentukan atau justru menyebabkan munculnya identitas budaya ganda, yakni masuknya dua identitas dalam individu yang sama yaitu budaya global dan budaya lokal (Ibrahim dan Akhmad, 2014:27).

Masuknya dua identitas budaya yang berbeda akan menghasilkan suatu kebudayaan baru. Kedua budaya tersebut bertemu sekaligus bergabung yang pada akhirnya membentuk budaya homogen, heterogen ataupun sepenuhnya terpisah diantara keduanya. Pertemuan tersebut didasari karena adanya keterlibatan dalam

proses globalisasi. Bhabha dalam Huddart (2006:7) menjelaskan bahwa, “*In the case of cultural identities, hybridity refers to the fact that cultural are not discrete phenomena, instead they are always in contact with one another and this contact leads to cultural mixed-ness*”. Kalimat tersebut menjelaskan bahwa dalam konsep hibriditas, budaya satu dengan yang lainnya selalu berhubungan, hal tersebut mengarah pada pencampuran budaya.

Pam Nilan dan Carles Feixa juga menjelaskan, bahwa:

“Hybridization is a process of cultural interaction between the local and the global, the hegemonic and the subaltern, the centre and the the periphery. On the other hand, hybridization is a process of cultural transactions that reflect how global cultures are assimilated in the locality, and how non-western impact upon the west” (Nilan dan Feixa, 2006).

Hibriditas merupakan sebuah interaksi antara budaya global yang dibawa oleh negara Barat dengan budaya lokal yang sudah lama dianut oleh masyarakat. Bukan hanya sekedar itu, budaya global dan budaya lokal dalam konsep hibriditas keduanya saling mempengaruhi satu sama lain. Bertemunya kedua budaya yang ditampilkan secara bersama dapat dimanfaatkan sebagai suatu strategi untuk memasukkan kepentingan didalamnya.

Selain konsep diatas, *Hybrid culture* ini sering juga disebut dengan budaya glocal atau glocalisasi. Glocalisasi dipopulerkan oleh Roland Robertson mengacu pada globalisasi dan lokalisasi. Konsep ini menekankan bahwa proses global dipengaruhi penerapan, tafsiran dan adaptasi lokal. Jadi ada tarik-tolak atau saling-pengaruh yang dinamis dan kompleks dari kekuatan-kekuatan global dan lokal (Ibrahim dan Akhmad, 2014:28).

Homi Bhabha atau peneliti yang mengembangkan wacana poskolonial menyatakan hibrid juga disebut dengan konsep *liminal* atau berada dalam *in between* dan *the third space*. Hal ini mengartikan bahwa budaya hibrid atau pertemuan serta percampuran dua budaya yaitu bersifat abu-abu ataupun berada pada ambang dan perbatasan. Seperti yang dijelaskan oleh Bhabha, *The liminal, meaning that which is on the border or the threshold* (dalam Smith & Leavy, 2008: 8). Kedua budaya yang bertemu berada dalam suatu ambang yang disebut sebagai liminal atau ruang ketiga. Batas-batas kedua budaya tersebut menjadi melebur sehingga terbentuklah identitas baru yang biasa disebut dengan budaya hibrid.

Berdasarkan pada proses terbentuknya budaya hibrid, ada nilai serta identitas berbeda yang dibawa oleh masing-masing budaya. Budaya lokal dalam hal ini menempati posisinya sebagai budaya bangsa yang terjajah, maka dalam membentuk suatu identitas baru yaitu dengan meniru budaya global. Proses meniru ini dalam konsep budaya hibrid oleh Homi Bhabha disebut dengan mimikri. Bhabha mengungkapkan bahwa *“Then colonial mimicry is the desire for a reformed, recognizable other, as a subject of a difference that is almost the same, but not quite”* (Bhabha, 1994:86).

Menurut penjelasan di atas, Bhabha menjelaskan bahwa mimikri merupakan subjek yang berbeda menginginkan untuk menjadi subjek lain yang sama, walaupun pada akhirnya tidak sepenuhnya sama. Dalam hal ini, mimikri merupakan upaya meniru kaum penjajah yang dilakukan oleh masyarakat yang pada dasarnya ditujukan agar memiliki identitas yang sama dengan penjajah

tersebut. Selain itu, hal tersebut juga merupakan cara masyarakat berkamuflase untuk bertahan hidup serta cara untuk dapat tetap mempertahankan budayanya.

The third space menjadi tempat terjadinya suatu *hybrid culture* melalui proses mimikri. Nyatanya dalam proses mimikri, tidak sepenuhnya identitas budaya lama hilang, walaupun identitas budaya baru berpengaruh kuat terhadap budaya lama. Setelah terjadinya *hybrid culture*, maka identitas baru akan muncul, hal tersebut menjadi dasar bahwa kedua budaya tersebut yaitu budaya lokal dan budaya global berada dalam *in between* atau *the third space*.

F. Metode Penelitian

Majalah merupakan salah satu media massa yang dapat diteliti dengan menggunakan metode analisis semiotika. Menurut Hidayat dalam Christomy & Yuwono (2004:78) Semiotik itu sendiri merupakan teori dan analisis berbagai tanda (*signs*) dan pemaknaan (*signification*), di mana pada dasarnya ahli semiotik melihat kehidupan sosial dan budaya sebagai pemaknaan bukan sebagai esensial objek.

Setiap tanda yang terdapat dalam media massa mempunyai maknanya tersendiri. Penelitian kualitatif menjadi fasilitas bagi peneliti untuk dapat mengungkapkan lebih jauh makna yang terdapat dalam sebuah data kualitatif.

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini merupakan majalah *Gogirl!* edisi 101 yang terbit pada bulan Juni, tahun 2013. Selanjutnya, objek dipilih yang sesuai dengan kriteria permasalahan, di mana objek tersebut mengandung pesan mengenai adanya penggambaran budaya global dengan budaya lokal yang kurang seimbang. Maka

penelitian ini akan mengkaji lebih mendalam untuk menemukan makna yang terkandung di dalam rubrik tersebut.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang peneliti dalam memenuhi kepentingan penelitian maka dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data yang sesuai. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang pertama yaitu dokumentasi. Melalui dokumentasi data yang digunakan yaitu tanda-tanda dalam bentuk teks yang terdapat dalam majalah *Gogirl!* edisi 101 bulan Juni tahun 2013. Pemilihan rubrik tersebut akan diambil berdasarkan atau disesuaikan dengan permasalahan dalam penelitian ini yaitu yang menyangkut mengenai penggambaran nilai global dan lokal.

b. Studi Pustaka

Data selanjutnya yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan penelitian ini yaitu berupa literatur, jurnal ilmiah sekaligus buku. Data tersebut tentunya yang berkaitan dengan permasalahan dari objek penelitian, di mana ditujukan untuk pedoman dan referensi dalam penelitian tersebut. Selain itu, teori-teori pendukung mengenai globalisasi, kebudayaan, media massa ataupun semiotik juga menjadi penunjang untuk penelitian ini.

3. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif berupa analisis semiotika milik oleh Roland Barthes. Permasalahan yang diteliti oleh

peneliti yaitu fokus terhadap tanda-tanda mengenai konstruksi budaya lokal dan global yang terdapat dalam teks di majalah.

Metode penelitian semiotik yang di kembangkan oleh Roland Barthes digunakan oleh peneliti untuk mengkaji penelitian ini. Ferdinand Saussure terlebih dahulu melihat linguistik berhubungan dengan semiotika, yang disebutnya sebagai semiologi. Saussure mengatakan bahwa bahasa merupakan sistem tanda yang setiap tandanya memiliki dua bagian, yakni *signifier* (penanda) adalah citra tanda, seperti yang kita persepsikan, seperti sebuah bunyi, gambar, atau coretan yang membentuk kata di suatu halaman dan *signified* (pertanda) adalah konsep mental yang daicukan pertanda (Bhartes dalam Vera, 2014:18-19).

Barthes mengembangkan kajian semiotik milik Saussure sehingga memaparkannya menjadi dua hal yang berbeda, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi dapat diartikan sebagai makna yang paling nyata dari tanda. Sedangkan, konotasi adalah makna yang subjektif dan istilah tersebut digunakan oleh Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua.

Mitos merupakan bagian dari konotasi yang sudah menguasai masyarakat, di mana terletak pada tingkat kedua penandaan. Konstruksi penandaan pertama adalah bahasa, sedangkan konstruksi penandaan kedua adalah mitos yang dipahami oleh Barthes sebagai metabahasa. Salah satu ciri pandangan milik Barthes yakni penggalian lebih jauh dari penandaan untuk mencapai mitos yang bekerja dalam suatu realitas dalam keseharian di masyarakat (Kurniawan, 2001:23).

Paradigma yang digunakan oleh penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah

sekedar realitas sosial yang natural, tetapi hasil dari konstruksi (Eriyanto: 2002:37).

Berikut peta tanda oleh Roland Barthes:

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)	
3. <i>Denotative Sign</i> (tanda denotatif)		
2. <i>Connotative Signifier</i> (penanda konotatif)		3. <i>Connotative Signified</i> (pertanda conotative)
4. <i>Connotative Sign</i> (tanda konotatif)		

Tabel 1.1 : Peta tanda semiotik Roland Barthes.

Melalui peta Barthes diatas dapat disimpulkan bahwa denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan pertanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Denotasi dalam pandangan Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit atau kentara, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati secara sosial yang rujukannya pada realitas. Sedangkan tanda konotatif tanda yang penandaanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit atau tersirat, tidak langsung dan tidak pasti yang artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru (Barthes dalam Vera, 2014:27-28).

Sebuah makna yang terkandung dalam sebuah teks juga dipengaruhi oleh mitos atau latar belakang sosial budaya, dan juga di latarbelakangi oleh pemahaman

si pembuat pesan dalam teks. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan dan memahami beberapa aspek realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi (Sobur, 2004:128).

Maka dalam penelitian ini, *pertama*, peneliti mengawalinya dengan pemilihan kata pada kalimat yang menunjukkan permasalahan budaya lokal serta budaya global yang digambarkan dalam beberapa rubrik dalam majalah *Gogirl!* 2013. Kemudian kata yang telah dipilih dalam artikel tersebut dianalisis menggunakan literatur yang sesuai dengan permasalahan tersebut.

Selanjutnya yang *kedua*, kata dan gambar yang sudah terpilih lalu dijelaskan bagaimana dan apa makna denotasi yang terkandung didalamnya, di mana makna denotasi tersebut yaitu makna yang sebenar-benarnya pada teks yang sudah terpilih. Setelah itu *ketiga*, menjelaskan makna konotasi yang terdapat dalam teks serta gambar dalam artikel tersebut. Makna konotasi berarti makna yang tersirat atau berarti lainnya. Serta mencari dan menjelaskan bagaimana mitos yang terdapat dalam teks dan gambar tersebut. mitos termasuk dalam konsep konotasi, di mana mitos merupakan konotasi yang sudah menguasai masyarakat (Hoed, 2014:17).