

BAB III

KONSEP *HYBRID CULTURE* DALAM MAJALAH *GOGIRL!*

Majalah *Gogirl!* yang mulai terbit pada 2004 ini masih eksis hingga masa sekarang. Mereka mampu bersaing dengan berbagai majalah dari dalam maupun luar negeri yang sudah lebih terdahulu terbit, namun hal tersebut tidak menghilangkan eksistensinya di kalangan pembaca. Berbagai inovasi yang diberikan ditujukan untuk meningkatkan minat pembaca, seperti: adanya bonus yang diberikan, terdapat inspirasi *DIY (Do It Yourself)*, memberikan bonus beberapa edisinya, menggunakan bahasa *gaul* serta bahasa campuran dan lainnya.

Dasar konten yang terdapat dalam majalah *Gogirl!* ini kurang lebih sama dengan majalah remaja dalam maupun luar negeri lainnya, seperti mayoritas membahas mengenai permasalahan gaya hidup. Majalah *Gogirl!* menyatukan konten tersebut dengan berbagai konten yang mengandung identitas lokal. Banyaknya konten yang berkaitan dengan informasi hiburan luar negeri atau lebih tepatnya negara Barat, namun terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* tetap menampilkan identitas lokal secara bersama. Selain itu, terdapat juga informasi yang membahas mengenai berbagai motivasi, kemandirian dan sejenisnya dan juga bahasan mengenai konten lokal Indonesia tentunya.

Representasi setiap konten majalah *Gogirl!* merupakan hasil konstruksi yang di dalamnya terdapat perpaduan berbagai budaya di dalamnya, sehingga membentuk konsep *hybrid culture*. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk menunjang penelitian ini dengan ditemukannya tanda-tanda semiotika di

dalam majalah tersebut, maka dapat terungkap bagaimana konstruksi yang dibentuk dalam setiap penulisannya. Tanda-tanda yang terkait dalam objek penelitian ini kemudian dapat terlihat makna yang sesungguhnya atau disebut dengan makna denotasi. Setelah itu, menemukan makna konotasi atau makna yang memiliki banyak arti, sekaligus terdapat mitos di dalamnya.

Informasi yang diberikan oleh majalah *Gogirl!* memuat banyak tema, mulai dari gaya hidup, selebriti, hubungan, teknologi dan lainnya yang berkaitan dengan tren masa kini. Remaja yang identik dengan ‘pengikut tren terkini’ menjadi target yang cocok bagi majalah *Gogirl!* dalam mempublikasikan kontennya. Majalah *Gogirl!* ini dapat disebut sebagai produk suatu *hybrid culture* yang dipenuhi oleh upaya untuk menyelaraskan konten majalah lokal dengan tren masa kini. Masuknya masyarakat ke dalam desa global membuat beberapa elemen dalam masyarakat beradaptasi dengan perubahan yang diakibatkan. Keberlangsungan *hybrid culture* terjadi pada ruang ketiga atau *the third space*. Bhabha (1994:1-2) menyebutkan bahwa ruang ketiga menyediakan tempat untuk menjabarkan strategi kedirian atau komunal yang menghadirkan tanda identitas baru dan tempat inovatif kolaborasi dan kontestasi dalam tindakan mendefinisikan ide masyarakat itu sendiri.

Melalui hal tersebut maka penelitian ini berfokus pada bagaimana bentuk pertemuan-pertemuan antar budaya yang terbentuk di dalam konten majalah tersebut. Tanda yang terdapat dalam majalah *Gogirl!* akan di pilih sesuai dengan permasalahan penelitian ini, yang hal berikut dapat berupa foto, ilustrasi dan tulisan.

A. Budaya Global sebagai Daya Tarik Majalah *Gogirl!*

A.1.1 Penggunaan Bahasa Gado-gado sebagai Strategi

Bahasa campuran merupakan salah satu bentuk pertemuan antar budaya yang terdapat pada majalah *Gogirl!* dalam mengkomunikasikan konten artikelnya. Bahasa yang kerap dituliskan dalam setiap artikelnya yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Majalah *Gogirl!* yang notabene merupakan majalah asli Indonesia, mereka mencoba untuk memasukkan unsur budaya global ke dalam artikelnya yaitu dengan menggunakan Bahasa Inggris. Bahasa Inggris merupakan bahasa asing yang banyak diserap pada saat ini karena bahasa tersebut digunakan sebagai bahasa ilmu pengetahuan serta bahasa internasional (Gumelar,2018). Terdapat pernyataan oleh majalah *Gogirl!* bahwa unsur identitas budaya global ini memang digunakan dalam menuliskan konten mereka. Berikut sepenggal balasan *email* dari majalah *Gogirl!* untuk pembacanya mengenai banyaknya isu budaya Barat yang ditampilkan dalam keseluruhan konten yang ditulis:

“...Walau diucapkan dalam Bahasa Inggris tapi tetep nilai budayanya adalah budaya Indonesia. Hanya karena kita sampaikan dalam bahasa ‘gado-gado’ tapi bukan berarti kita nggak Indonesia Banget 😊. Jaman sekarang saat dunia udah nggak ada lagi batas negara, kita harus jadi anak muda yang punya jiwa Indonesia dengan wawasan Internasional” (“*Issue Ke-Indonesiaan*”, 2013).

Kalimat di atas menunjukkan bahwa majalah *Gogirl!* memiliki tujuan atas penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa campurannya dengan Bahasa Indonesia yaitu agar pembaca mengetahui serta terbiasa dengan budaya global khususnya budaya Barat yang menggunakan bahasa tersebut sebagai bahasa utama. Majalah

Gogirl! juga menegaskan bahwa anak muda harus mempunyai jiwa Indonesia, namun tetap harus memiliki wawasan Internasional. Hal tersebut mengartikan bahwa penggunaan istilah global ini merupakan strategi majalah *Gogirl!* untuk menunjukkan ke-Internasionalnya, di mana artikelnya dibungkus dalam balutan budaya global dengan menggunakan Bahasa Inggris.

Majalah *Gogirl!* menyebut bahasa campuran ini dengan istilah bahasa gado-gado seperti layaknya makanan gado-gado yang mencampurkan berbagai jenis unsur makanan menjadi satu piring. Bagian pertama pada pembahasan ini yaitu rubrik *Beauty Tips* dengan judul artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week*. Pada artikel tersebut menjelaskan mengenai bagaimana kiat-kiat yang harus diperhatikan dalam mengkonsumsi makanan sehat melalui berbagai cara dalam waktu seminggu.



Gambar 2: Artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week*. Sumber: Majalah *Gogirl!*.

Kolom artikel di atas menggambarkan mengenai berbagai tips untuk dapat mengkonsumsi makanan sehat. Mulai dari tips bagaimana konsumsi makanan sehat dengan harga yang terjangkau sampai pada beberapa pilihan varian makanan sehat yang sudah dijadwalkan per-harinya. Jadwal menu dalam seminggu tersebut

disajikan untuk menunjang keberhasilan dalam mengkonsumsi makanan sehat ini. Secara keseluruhan artikel menjelaskan jika mengkonsumsi makanan sehat tidak selalu menggunakan bahan makanan mahal. Melalui bahan makanan lokal, individu akan lebih hemat dalam mengkonsumsinya. Adaptasi dari menu makanan Barat, menu makanan sehat ala majalah *Gogirl!* pun ditampilkan dengan menggunakan menu makanan lokal dipadukan dengan menu makanan ala Barat. Berbagai menu makanan yang disediakan ditujukan agar dapat ditiru ataupun diaplikasikan oleh pembaca.



Gambar 3: Menu harian dalam artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week*. Sumber: Majalah *Gogirl!*.

Pada gambar di atas merupakan jadwal menu yang disajikan selama satu minggu dengan menu makanan sehat yang berbeda-beda. Menu dalam satu harinya di bagi menjadi empat waktu yaitu *breakfast* atau sarapan pagi, *lunch* atau menu siang hari, *dinner* atau menu sore atau malam hari dan juga dilengkapi dengan *snack* yang berisi makanan ringan ataupun pilihan minuman sehat. Pada sajian menu makanan di atas berisi menu makanan lokal dan menu makanan yang identik dengan masyarakat Barat. Makanan lokal di sini dapat berupa nasi goreng, tempe, sayur urap dan lainnya, sedangkan menu Barat berupa roti gandum, *sandwich* dan lainnya.

Kemudian, makna konotasi yang terdapat pada jadwal menu makanan sehat di atas yaitu melalui penggunaan Bahasa Inggris ini mengartikan bahwa bahasa tersebut merupakan bahasa asing yang kerap dan biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pada saat ini keberadaan Bahasa Inggris dianggap penting atau bahkan dapat disebut sebagai bahasa kedua setelah Bahasa Indonesia karena mayoritas digunakan sebagai bahasa untuk berkomunikasi lintas negara. Tampilan jadwal menu secara keseluruhan pun dalam hal ini menjadi tampak menarik karena penggunaan Bahasa Inggris tersebut. Menu makanan yang disebutkan dalam Bahasa Inggris ini menunjukkan identitas Barat pada majalah. Pada dasarnya keseluruhan artikel ini membahas makanan sehat yang berkaitan dengan unsur identitas lokal. Mayoritas yang disebutkan dalam jadwal menu makanan ini pun adalah menu makanan lokal.

Jadwal menu makanan sehat dalam artikel *Cheap and Healthy Meak For a Week* ini terlihat penggunaan bahasa gado-gado yang terdapat dalam tulisannya,

khususnya dalam menu *breakfast*. Pemilihan menu *breakfast* didasarkan pada banyaknya tulisan yang menggunakan Bahasa Inggris, yaitu;

Senin menggunakan roti gandum panggang, *scrambled eggs*, dan satu gelas susu *low fat* atau susu kedelai; Selasa yaitu dengan satu gelas susu *low fat*, roti gandum dengan selai kacang dan irisan buah pisang; Rabu menggunakan omelet isi tumis jamur dan parutan keju rendah; lalu Kamis dengan nasi goreng telur dan segelas jus buah; Jumat menggunakan *spinach omelet sandwich* dan susu kedelai; Sabtu menggunakan *mash potato with melt cheese* dan jus buah; dan yang terakhir hari Minggu menggunakan telur orak arik dan susu *low fat* atau jus buah (Banea, 2013).

Kalimat di atas merupakan menu *breakfast* pada keseluruhan menu yang sudah dijadwalkan selama seminggu. Adanya penggunaan berulang pada menu sarapan pagi yang biasanya identik dengan menu makanan negara Barat, khususnya pada menu hari Senin, Selasa, Jumat dan Sabtu. Pada menu tersebut biasanya ada pada menu keseharian ala negara Barat yang dapat disebut dengan *American Breakfast*. Hal tersebut dapat dilihat melalui beberapa artikel yang membahas mengenai menu makanan tersebut, salah satunya yaitu dilansir dalam portal berita hiburan yaitu *Yukepo.com* dengan judul *Menu Sarapan dari Berbagai Belahan Dunia Ini Bakal Menggugah Seleramu* yang membahas perihal menu sarapan pagi yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat dari berbagai negara, di mana negara Amerika dan Italia mengkonsumsi roti sebagai menu sarapan mereka (Sundari, 2017). Selain itu, sama halnya dengan *sandwich* dan keju, di mana faktanya seperti yang kita ketahui memang keju dikenal sebagai makanan khas masyarakat Eropa. Seperti dalam artikel *Travel.tribunnews.com* ini juga menyebutkan bahwa

walaupun bukan penemu keju pertama di dunia, namun masyarakat Eropa diketahui merupakan konsumen keju terbanyak di dunia (Agmasari, 2016).

Kemudian, *sandwich* yang berbahan dasar roti ini merupakan menu makanan yang identik dengan masyarakat Barat. Pada menu sarapan pagi dalam artikel ini juga mengandung unsur identitas Barat lainnya yaitu, *scambled egg* dan Omelet yang keduanya berbahan dasar dari telur. Melalui kedua macam menu *breakfast* ini, mereka termasuk dalam sajian sarapan ala Barat yang sudah disebutkan pada kalimat di atas yaitu *American Breakfast*. Pada menu *American Breakfast* ini biasanya berisi dua butir telur yang diolah menjadi omelet atau *scrambled egg*, potongan *bacon* atau sosis, roti dengan olesan mentega dan selai, pancake dengan sirup *maple*, sereal dengan susu, kopi atau teh dan segelas jus (Pridia, 2016). Menu yang disarankan dalam artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week* ini merupakan adaptasi dari pilihan menu *American Breakfast* seperti yang disebutkan.

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa menu *breakfast* sehat yang di jadwalkan dalam satu minggu yaitu mengandung identitas budaya Barat dengan menggunakan Bahasa Inggris sebanyak empat kali dan identitas budaya lokal yaitu Bahasa Indonesia sebanyak tiga kali. Hal tersebut mengartikan bahwa menu makanan yang berunsur global ini paling banyak ditempatkan pada menu *breakfast*. Lalu penggunaan Bahasa Inggris ini menegaskan bahwa majalah *Gogirl!* merupakan produk hibriditas yang di dalam menu *breakfast* menampilkan identitas global serta identitas lokal. Pada menu makan siang, malam dan makanan ringan secara keseluruhan menggunakan Bahasa Inggris hanya empat kali.

Menu *breakfast* di atas berbeda dengan menu sarapan yang biasa ada di Indonesia. Nyatanya mayoritas budaya masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi sarapan pagi menggunakan makanan berbahan nasi, dianggap kurang lengkap jika tidak menggunakan nasi, sampai akhirnya terdapat slogan mengenai hal tersebut yaitu “Belum makan kalau belum makan nasi”. Hal tersebut mengartikan jika makanan wajib untuk dikonsumsi dalam sehari yaitu nasi, sehingga terbentuk keyakinan pada masyarakat Indonesia bahwa definisi “kenyang” ini kerap dikaitkan jika sudah makan nasi. Banyaknya orang Indonesia yang menganggap belum benar-benar makan jika belum makan nasi tersebut pada akhirnya berpengaruh terhadap pola pola produksinya yang terkadang jika tidak mencukupi harus melakukan impor (Dhani,2016).

Pada dasarnya masyarakat Indonesia yang mayoritas menggunakan nasi dan terbiasanya mengkonsumsi nasi sebagai makanan kesehariannya merupakan sebuah bentuk budaya. Penyebab banyaknya masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi nasi yaitu adanya *food culture* yang berkembang mengenai nasi ini, yang mana penjabarannya *food* atau makanan sendiri adalah bagian dari sebuah *culture* atau budaya. Nasi yang termasuk dalam makanan pokok ini menjadi sumber karbohidrat yang paling utama dalam menu makanan Indonesia. Makanan pokok tersebut tidak pernah absen dari menu makanan sehari-hari masyarakat Indonesia. Jika dilihat lebih mendalam, nasi dapat menjadi makanan pokok sampai sekarang ini merupakan sebuah produk budaya.

In Indonesia rice is staple as well as politicized food. This daily dietary dependence on rice lends it political significance. The continual availability and affordability of rice is an important

measure of indonesia national and stability. The government of Indonesia gives priority to rice production and distribution even if it must be heavily subsidized and imported. Former President Soeharto set a national goal to reach a rice production target that fulfill national demands and avoid the necessity of importing rice. The government achieved that target for the first time in the mid-1980s and the accomplishment was celebrated as an indicator of national food security and of indonesia independence from rice exporting countries (Utari, 2012:56).

Penjelasan di atas mengartikan bahwa nasi yang merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang berkaitan dengan politik tertentu. Seperti halnya mengenai ketergantungan pola makan sehari-hari pada nasi ini memberikan arti tersendiri. Ketersediaan dan keterjangkauan pada beras menjadi ukuran yang diprioritaskan dalam stabilitas dan keamanan nasional. Pemerintah Indonesia mengutamakan produksi dan distribusi walaupun nasi atau lebih tepatnya beras di subsidi dan diimpor secara besar-besaran.

Mantan Presiden Soeharto menetapkan tujuan nasional yaitu dengan mencapai target produksi beras untuk memenuhi tuntutan nasional yang tentunya menghindari perlunya mengimpor beras. Pemerintah mencapai target tersebut untuk pertama kalinya yaitu pada pertengahan 1980-an dan pencapaian ini dirayakan sebagai indikator ketahanan pangan nasional dan kemerdekaan Indonesia berupa ekspor beras. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa politik Soeharto ini mempengaruhi bagaimana budaya makan nasi di Indonesia. Secara tidak langsung pada pemerintahan saat itu mencoba membudayakan nasi sebagai makanan pokok diseluruh negeri ini. Menu sarapan yang berbahan dasar nasi menjadi menu yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia pada waktu sarapan, di antaranya

yaitu bubur ayam, nasi uduk, nasi kuning, lontong sayur, nasi pecel dan lainnya. Menu makanan tersebut sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, mayoritas dari generasi ke generasi masih mengonsumsi makanan tersebut hingga sekarang yang tentunya diturunkan dan dibiasakan oleh orang tuanya. Kalimat tersebut menegaskan bahwa nasi memang identik dengan masyarakat Indonesia.

Terlihat jelas di sana bagaimana aspek-aspek global dimainkan dalam menu sarapan yang dianjurkan. Menu makanan yang disajikan pada waktu sarapan dalam artikel ini mengandung identitas Barat yaitu Bahasa Inggris sebanyak empat kali dalam seminggu, sedangkan menu makan siang, makan malam dan makanan ringan mayoritas menggunakan istilah-istilah lokal.

Sebagai contoh pada jadwal menu sarapan di atas tertulis menu “Roti gandum panggang, *scrambled eggs*, dan satu gelas susu *low fat* atau susu kedelai” pada hari Senin dan “Telur orak arik dan susu *low fat* atau jus buah” pada hari Minggu. Terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* menggunakan istilah global dan istilah lokal yaitu menu *scrambled eggs* dan telur orak arik di hari yang berbeda. Padahal nyatanya *scrambled eggs* ini dalam Bahasa Indonesia mempunyai arti yang sama dengan telur orak-arik, seperti menurut Tarwotjo, orak arik telur disebut juga *scrambled egg*, di mana dalam pembuatannya yaitu telur dikocok terlebih dahulu kemudian ditambah air sedikit dan dapat ditambahkan sayuran sebagai variasinya (Tarwotjo, 1998:102). *Scrambled eggs* biasanya masuk dalam menu ala *American Breakfast* yang sama-sama menggunakan bahan dasar telur yang di hancurkan, namun yang membedakannya komposisinya ditambah dengan susu ataupun keju yang tidak digunakan dalam pembuatan telur orak arik ala lokal. Persamaan

scrambled eggs dan telur orak arik ini mengartikan bahwa di sisi lain majalah *Gogirl!* secara tidak langsung membentuk makna yang berbeda pada makanan tersebut.

Terdapat pula fenomena seperti pada paragraf di atas yaitu di kolom rubrik *DIY (Do It Yourself)* dalam majalah *Gogirl!* ini tentunya yang menganjurkan untuk membuat sendiri suatu hal dengan menggunakan bahan yang sudah disarankan. *Summer gladiator shoes* menjadi pilihan tema pada rubrik kali ini, terdapat tulisan “*flip flop*” dan “sandal jepit” pada artikel yang dituliskan. Penggunaan istilah *flip flop* ini merupakan sebutan dalam Bahasa Inggris yang merujuk pada istilah global, sedangkan sandal jepit merupakan istilah lokal yaitu menggunakan Bahasa Indonesia yang nyatanya keduanya merupakan objek yang sama yaitu alas kaki dengan bentuk yang sama.

Bahasa gado-gado yang digunakan oleh majalah *Gogirl!* membentuk sebuah konsep campur kode. Menurut Suwito dijelaskan bahwa campur kode adalah:

Suatu keadaan berbahasa bila mana orang mencampur dua kata atau lebih bahasa dengan saling memasukkan unsur-unsur yang satu ke dalam bahasa yang lain, unsur-unsur yang menyisip tersebut tidak lagi mempunyai fungsi sendiri (Nugroho, 2017:38).

Pencampuran kode tersebut sesuai dengan fenomena yang terjadi dalam penulisan artikel majalah *Gogirl!* yang mencampurkan dua bahasa di dalamnya yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Hal tersebut kerap menyebabkan adanya objek yang sama dan dituliskan dalam satu kolom artikel, namun

menghasilkan makna berbeda. Seperti contoh di atas yaitu penulisan *scrambled eggs* dengan telur orak arik dan *flip flop* dengan sandal jepit ini adalah dampak yang disebabkan oleh bahasa gado-gado. Bahasa gado-gado ini merupakan sebuah bentuk pertemuan dua budaya yang berbeda yaitu Bahasa Indonesia sebagai bahasa lokal dan Bahasa Inggris sebagai budaya global.

Setelah diperhatikan secara keseluruhan *scrambled eggs* dengan telur orak arik dan *flip flop* dengan sandal jepit memiliki makna yang berbeda. Kembali lagi pada konsep *food culture*, pada analisis artikel ini menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Inggris ini mempengaruhi bagaimana pembaca melihat menu makanan yang disajikan. Penyebutan nama makanan berpengaruh terhadap makna makanan yang ada. Setiap makanan memiliki bahasa yang berbeda yang di dalamnya menggambarkan suatu identitas tertentu. Seperti pepatah ahli gastronomi Prancis yaitu Brillat-Savarin's dalam Szatrowski (2014:5) "*Tell me what you eat, and i will tell you what you are*" suggest the intimate connection between food and identity. Hal tersebut menjelaskan bagaimana makanan mempengaruhi penggambaran identitas yang terkandung. Melalui bahasa makanan mempunyai identitasnya tersendiri. Sesuai dengan contoh di atas *scrambled eggs* identik dengan menu *American Breakfast* dan telur orak-arik identik dengan menu makanan lokal Indonesia. Hal tersebut mengacu pada objek yang sama, namun setelah disebutkan dengan nama yang berbeda maka berbeda pula makna yang dimiliki. Salah satu disebutkan dalam Bahasa Inggris dan satunya Bahasa Indonesia. Keduanya memiliki identitas yang berbeda, menyebutkan menu menggunakan Bahasa Inggris

akan terlihat lebih *eye catching* atau dianggap lebih kece dibanding Bahasa Indonesia.

Campur kode biasanya digunakan untuk berkomunikasi pada waktu sehari-hari atau berkomunikasi dalam keadaan tidak formal. Seperti menurut Subyakto mengatakan bahwa campur kode adalah penggunaan ragam bahasa secara santai antara orang-orang yang kita kenal dengan akrab (dalam Rulyandi, dkk, 2014). Berkomunikasi dalam keadaan tersebut secara tidak sadar sering dijumpai pengulangan dalam pengucapan suatu kata namun menggunakan bahasa yang berbeda. Sehingga terjadi beberapa fenomena seperti *scrambled eggs* dengan telur orak arik dan *flip flop* dengan sandal jepit ini. Terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* tidak mementingkan bahwa hal tersebut merupakan suatu objek yang sama, yang terpenting adalah dalam artikelnya yaitu menggunakan Bahasa Inggris. Hal tersebut yang menegaskan bahwa campur kode ini juga ditujukan untuk meningkatkan daya tarik terhadap keseluruhan artikel yang dituliskan oleh majalah *Gogirl!*.

Penggunaan Bahasa Inggris sebagai identitas Barat adalah sebuah bentuk yang ditampilkan untuk memperlihatkan unsur global dalam kolom jadwal menu maupun keseluruhan artikel. Bahasa gado-gado ini menunjukkan bahwa majalah *Gogirl!* melakukan negosiasi dengan menggunakan identitas Barat tersebut dalam tataran konten artikel lokal. Nyatanya jadwal menu yang disajikan majalah *Gogirl!* mayoritas menggunakan unsur lokal yaitu dengan menggunakan Bahasa Indonesia serta menu makanan yang identik dengan Indonesia. Terlihat juga penggunaan Bahasa Inggris dimanfaatkan untuk menunjang penulisan konten unsur identitas lokal agar tidak menjadi stagnan serta lebih menarik ataupun artikel tetap sesuai

dengan isu masa kini. Selain itu, tentunya majalah *Gogirl!* mencoba membangun kualitas komunikasinya agar lebih dekat dengan pembaca. Hal tersebut juga dapat disebut sebagai bentuk negosiasi dalam hibriditas yang dilakukan oleh majalah *Gogirl!*. Pada proses hibriditas ini, terlihat bagaimana budaya lokal memiliki ketergantungan atau keterikatan pada budaya global.

A.1.2 Identitas Eropa sebagai Inspirasi

Pembahasan kedua mengenai identitas global yang dijadikan inspirasi terhadap konten lokal. Identitas budaya global khususnya Eropa menjadi pilihan tema inspirasinya. Hibriditas pada majalah *Gogirl!* ini terlihat bagaimana dalam mempertahankan ataupun meningkatkan eksistensinya, diperlukan konten yang membawa unsur identitas global yaitu khususnya menggunakan unsur identitas Eropa sebagai inspirasi pada tema kali ini. Menurut Paul S.N Lee bahwa terdapat empat cara yang dapat dilakukan untuk merespons budaya global, salah satunya yang sesuai dengan yaitu dengan *coral pattern*.

Coral pattern merupakan pola penyerapan budaya asing dengan mempertahankan bentuknya tapi mengubah isinya, sesuai dengan karakter batu karang (*coral*). Contohnya, lagu yang dimainkan dengan melodi dari asing tapi liriknya menggunakan bahasa lokal (dalam Mubah, 2015:36).

Sebagai pembahasannya yaitu pada rubrik *Hair Section*, terlihat identitas Eropa yang secara jelas di adaptasi oleh majalah *Gogirl!* dalam menuliskan artikel rubrik tersebut yang bertema *The Ancient Greek*.



Gambar 4: Artikel *The Ancient Greek*. Sumber: Majalah *Gogirl!*.

The Ancient Greek yang berarti Yunani kuno adalah tema yang dipilih majalah *Gogirl!* untuk rubrik *Hair Section*. Pada artikel ini disebutkan langkah-langkah dalam membentuk rambut sesuai tema, terdapat tiga pilihan gaya rambut yang disarankan yaitu *Greek Tail*, *The Aphrodite*, dan *Spit Goddess*. Ketiga gaya tersebut yang diaplikasikan pada model *Gogirl!* yang memiliki kesamaan dasar bentuk rambut yang dibuat yaitu dengan bentuk kepong atau *braid* dalam Bahasa Inggris. Gaya rambut *The Ancient Greek* ini memiliki tingkat kerumitan yang tinggi.

Makna konotasi yang terlihat yaitu pada artikel di atas menunjukkan bahwa gaya rambut ala *The Ancient Greek* ini tidak termakan oleh waktu dan cocok untuk diaplikasikan pada remaja Indonesia. Artikel gaya rambut ala Yunani kuno tentunya ditujukan untuk memberikan inspirasi pada model gaya rambut. Melalui model Indonesia yang mengacu pada identitas budaya lokal, gaya rambut ala Yunani kuno ini dipraktikkan. Gaya rambut kepong sebenarnya sudah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia, namun dengan model yang sederhana. Tampilan pada artikel

ini memberikan pandangan baru mengenai kepong tersebut yaitu dengan digambarkannya variasi baru yang disebut gaya rambut ala Yunani kuno.

Terlihat bagaimana unsur identitas global dimasukkan dalam artikel dengan menggunakan tema serta judul artikel *The Ancient Greek*, dalam Bahasa Indonesia mempunyai arti Yunani kuno. Menurut *Oxforddictionaries.com*, definisi “*Greek*” yaitu “*Relating to Greece, its people, or their language*”. Maka, *Greek* sendiri merupakan penyebutan yang berhubungan pada negara termasuk budaya dari *Greece* atau Yunani. Yunani termasuk dalam benua Eropa yang kaya akan cerita sejarahnya. Sejarah peradaban Yunani sudah dimulai sejak 3000 sebelum masehi, negara ini dianggap sebagai pelopor dari berbagai bidang kehidupan diantaranya yaitu seni drama, puisi, bahkan pengembangan ilmu pengetahuan (Sudrajat, 2010). Hal tersebut menjadi dasar bahwa Yunani merupakan negara yang juga ikut berperan dalam perkembangan benua Eropa serta menyebarkan unsur budayanya ke seluruh dunia menjadi budaya yang mengglobal.

Gaya rambut ala Yunani kuno merupakan salah satu ciri identitas budayanya. Gaya rambut dapat menunjukkan umur seseorang, jenis kelamin, dan posisi dalam masyarakat. Pada masyarakat Yunani kuno, gaya rambut yang digambarkan majalah *Gogirl!* biasa digunakan oleh perempuan yang berkelas atas. Seperti yang disebutkan dalam laman *Medium.com* yang berjudul *Greek-Inspired Hairstyle for Women*, bahwa “*Ancient Greek women were known to wear their hair long, loose, and wavy. While lower class women are said to have worn their hair short and simple*” (Salvador, 2017). Hal tersebut mengartikan, perempuan yang memiliki rambut pendek dan sederhana adalah wanita biasa atau kelas bawah.

Rambut panjang yang dimiliki perempuan Yunani dibentuk seperti rambut dewi Yunani kuno yaitu bentuk keping dan ikal yang pada dasarnya digunakan untuk acara-acara tertentu. Pada zaman sekarang, gaya rambut ini dijadikan sebagai inspirasi model rambut untuk menunjang penampilan agar tampak modis dan tampil berbeda.

Kemudian, pada gambar ketiga di bagian bawah foto disebutkan model bernama Catia yang berasal dari kompetisi *Gogirl! Look* 2009. Hal tersebut menegaskan bahwa majalah *Gogirl!* memang menggunakan model Indonesia untuk mempraktikkan gaya rambut ala Yunani kuno ini. Warna rambut pada model menggambarkan identitas mayoritas masyarakat Indonesia yaitu hitam kecoklatan. Walaupun inspirasi gaya rambut berasal dari Yunani yang memiliki tampilan luar berbeda dengan masyarakat Indonesia, majalah *Gogirl!* mencoba untuk mengaplikasikan unsur budaya global ini pada model lokal Indonesia. Masyarakat Indonesia dari sabang sampai merauke memiliki jenis serta bentuk rambut yang berbeda. Gaya rambut Yunani kuno ini mayoritas digunakan oleh perempuan yang memiliki rambut panjang agar dapat dibentuk beberapa keping dan ikal. Maka, penulisan konten artikel di atas secara tidak langsung menunjukkan bahwa gaya rambut ini tidak dapat di aplikasikan pada seluruh remaja Indonesia.

Terlihat bagaimana penulisan artikel ini ditujukan untuk memberikan inspirasi serta inovasi untuk model gaya rambut keping. Namun, setelah dianalisis penggunaan unsur global ini merupakan suatu bentuk negosiasi pada konten rubrik *Hair Section*. Yunani merupakan negara Eropa yang kaya akan budayanya kerap dijadikan sebagai acuan dalam berbagai hal, contohnya dalam hal ini yaitu gaya

rambut. Majalah *Gogirl!* memanfaatkan gaya rambut ala Yunani Kuno ini sebagai inspirasi dalam artikelnya, di mana gaya tersebut memiliki tingkat kerumitan yang tinggi, sehingga gaya rambut ala Yunani kuno ini menghasilkan keindahan yang apik.

Hibriditas pada artikel ini ditunjukkannya melalui pola *coral pattern*, di mana majalah *Gogirl!* menggunakan identitas Eropa yaitu gaya rambut ala Yunani kuno sebagai tema artikel dengan mempertahankan bentuk gaya rambut Yunani kuno ini, namun mengubah isinya yaitu dengan diaplikasikan pada model Indonesia. Pola gaya rambut yang dibentuk pun benar-benar sama atau sesuai dengan gaya rambut yang biasa digunakan masyarakat Yunani kuno, yang membedakannya yaitu penggunaan wajah atau model tersebut. Hal tersebut mengartikan bahwa dengan menggunakan identitas Eropa sebagai inspirasi, terdapat unsur negosiasi yang berlangsung. Kemudian, identitas lokal dalam hal ini tetap terlihat sebagaimana ditunjukkan melalui penggunaan model pada aplikasi gaya rambut tersebut. Identitas global juga dimanfaatkan untuk mengangkat konten tersebut.

B. Semangat Lokalisme dalam Konten Majalah *Gogirl!*

Hybrid culture merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan serta memperjuangkan identitas lokal. Fenomena globalisasi menjadi penyebab mulainya identitas lokal bertransformasi dengan memasukkan identitas budaya global di dalamnya dan terdapat interaksi antara budaya satu dan lainnya. Pada konteks tersebut terdapat proses negosiasi yang berlangsung yang

mengacu pada kedua budaya tersebut yaitu dengan menyandingkannya dalam satu tempat. Secara bergantian majalah *Gogirl!* memberikan konten yang berkaitan dengan isu lokal dan global. Termasuk dalam majalah remaja, tentunya *Gogirl!* dipenuhi oleh konten informasi terkini mengenai teknologi, fesyen, selebriti, gaya hidup dan lainnya yang kesemuanya itu merujuk pada budaya global. Isu lokal tetap disajikan dalam berbagai menu rubrik yang tersedia. Identitas lokal tetap ditampilkan dalam rangkaian artikel maupun rubrik yang disajikan.

Lahir dalam hibriditas, dalam menyuarkan identitas lokal majalah *Gogirl!* memasukkan unsur-unsurnya ke dalam kolom artikel atau rubrik tertentu. Semangat lokalisme merupakan dua kata yang dapat digunakan sebagai istilah untuk menyebut pernyataan tersebut. Semangat lokalisme di sini berarti majalah *Gogirl!* mengupayakan untuk tetap menyajikan isu atau tema dari identitas budaya lokal Indonesia dalam setiap konten di berbagai rubriknya. Lokalisme ini merupakan semua hal mengenai pemikiran, gagasan, ide, kepercayaan, keyakinan, dan sebagainya yang mengangkat persoalan-persoalan ke-lokalan sebagai temanya (Wardhono & Suhariyadi, 2018:5). Lokalisme juga dianggap sebagai penyeimbang atas fenomena globalisasi yang masif yang ditujukan untuk memberikan alternatif sekaligus kritik terhadap globalisasi tersebut (Qodir, 2010:159).

Pembahasan pertama yaitu artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week* yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya. Terdapat kalimat yang menyebutkan bahwa makanan sehat identik dengan harga yang mahal. “*Healthy food* selalu aja diidentikkan mahal, padahal kalau tau trik dan polanya, *healthy food* itu sebenarnya murah meriah lho!”, kalimat tersebut menjelaskan jika *healthy food*

atau makanan sehat itu memiliki stereotip tersendiri, di mana seperti persepsi yang berkembang di masyarakat makanan sehat adalah mahal. Sesuai dengan kolom gaya hidup dalam laman *Republika.com* yang menjelaskan bahwa generasi sekarang tertarik untuk mengkonsumsi makanan sehat namun mereka beranggapan menu makanan sehat tersebut terlalu mahal (Asrianti, 2018). Dijelaskan juga bagaimana makanan sehat dapat dikonsumsi dengan harga yang murah meriah, asalkan mengetahui trik dan polanya yaitu dengan menggunakan bahan makanan lokal. Berikut analisis mengenai pembahasan unsur lokal yang terkandung pada kolom *Ways to Eat Healthier While Keeping it Cheap*.

Ways to Eat Healthier While Keeping it Cheap

Beli buah dan sayuran lokal musiman, harganya pasti jauh lebih murah. Apalagi kalau kita beli langsung ke distributornya.

Jangan ragu buat ke pasar. Selain bahan makanan seperti tempe, tahu, bumbu, ikan, dan daging-nya jauh lebih murah dari supermarket, kita juga bisa nawar harga ke pedagangnya. Bahkan, kita bisa dapat harga setengah dari yang ditawarkan.

Sebagai ganti daging yang mahal, beli produk kacang-kacangan. Harganya lebih murah tapi manfaat kesehatannya nggak kalah tinggi dengan daging.

Siapin bekal makan dari rumah. *No stress during the day about what you'll be eating while sparing money.*

Switch to water. Jangan tergoda buat minum soda ataupun minuman kaleng.

Eat less snack. Its obvious. Semakin sedikit ngemil, akan semakin sedikit uang yang kita keluarin buat jajan.

No junk food! Selain nggak sehat, harganya kalo kita hitung-hitung jauh lebih mahal dibanding beli sayuran (Banea, 2013).

Tulisan di atas menggambarkan beberapa cara mengkonsumsi makanan sehat dengan dana yang terjangkau sehingga tidak menghabiskan cukup banyak

dana. Pada paragraf pertama menjelaskan serta menyarankan bahwa buah dan sayuran lokal lebih murah, karena yang bahan makanan impor lebih mahal tentunya. Paragraf kedua disarankan untuk membeli bahan makanan sehat ini di pasar, karena harga bahan makanan tersebut lebih murah dibandingkan dengan membeli di supermarket. Membeli di pasar juga dapat ditawar menjadi setengah harga dari harga awal. Perbandingan tersebut ditujukan untuk meyakinkan pembaca untuk membeli bahan makanan di pasar.

Paragraf ketiga menjelaskan kacang-kacangan menjadi produk yang cocok untuk menggantikan daging yang memiliki harga cukup mahal. Selain lebih murah, kacang-kacangan juga mempunyai manfaat kesehatan yang tinggi. Paragraf keempat, agar lebih sehat sebaiknya membawa bekal makanan dari rumah juga untuk mengurangi pengeluaran untuk makan di luar. Pada paragraf kelima, disarankan untuk tidak mengonsumsi minuman bersoda dan minuman berkaleng, dapat diganti dengan air putih. Paragraf keenam menjelaskan jika mengurangi *snack* atau makanan kecil dapat membantu mengurangi pengeluaran untuk jajan. Paragraf ketujuh menjelaskan bahwa *junk food* tidak disarankan, disamping makanan tersebut tidak menyehatkan juga memiliki harga yang cukup mahal jika dibandingkan dengan membeli sayuran lengkap.

Melalui penjabaran teks di atas terdapat makna konotasi dalam artikel *Ways to Eat Healthier While Keeping it*. Melalui stereotip makanan sehat yang diidentikkan dengan makanan mahal dan mayoritas menggunakan menu makanan ala Barat, majalah *Gogirl!* mencoba menampilkan makanan sehat yang bertema makanan lokal dengan harga murah atau terjangkau. Terlihat bagaimana majalah

Gogirl! secara tidak langsung merubah stereotip tentang makanan sehat dengan membawa unsur lokal. Mulai dari tips mencari bahan makanan sehat yang berorientasi pada makanan lokal, sampai pada jadwal menu makanan yang disediakan dengan menyarankan beberapa menu makanan lokal pula. Semua hal yang mengarah pada unsur lokal, terlihat adanya upaya yang dilakukan untuk mempertahankan unsur identitas lokal dengan beberapa cara tersebut.

Pada pembahasan artikel pertama yaitu mengenai menu makanan sehat, terdapat semangat lokalisme yang terlihat pada beberapa teks di kolom *Ways to Eat Healthier While Keeping it Cheap*, di mana yang pertama pada kolom tersebut yang bertuliskan:

“Beli buah dan sayuran lokal musiman, harganya pasti jauh lebih murah. Apalagi kalau kita beli langsung di distributornya” (Banea, 2013).

Kalimat tersebut menunjukkan bahwa sebaiknya membeli buah dan sayuran lokal karena lebih murah. Pada kalimat pertama, secara spesifik menyebutkan kata “lokal” dan “musiman” yang menegaskan macam buah dan sayuran yang disarankan. Hal ini berhubungan dengan pembahasan mengenai *food culture*, di mana *food* atau makanan itu merupakan sebuah produk budaya. Menurut David dan Kofahl (2017:12):

“According to the *Lexicon of Food*, food culture refers to the practice, attitudes, and beliefs as well as the institutions surrounding the production, distribution, and consumption of food. Most of the time, food culture has been associated with traditional food. Traditional food refers to dishes or food that are passed through generations, or refers to foods consumed consistently through generations of civilizations”.

Kalimat tersebut menurut leksikon atau istilah dalam makanan mengartikan bahwa *food culture* ini merujuk pada praktik, sikap dan keyakinan serta lembaga-lembaga di sekitar dalam produksi, distribusi dan konsumsi makanan. *Food culture* ini pada dasarnya memang dikaitkan dengan makanan tradisional, seperti layaknya buah dan sayuran lokal yang dapat disebut sebagai bahan makanan tradisional karena sudah ada dari generasi ke generasi khususnya di wilayah Indonesia ataupun dikonsumsi secara konsisten oleh masyarakat. Buah dan sayuran lokal merupakan murni hasil panen dari masyarakat daerah yang ada di Indonesia dan terjadi secara “musiman” yang mengartikan bahwa masa panen setiap buah dan sayuran terjadi pada musim tertentu dan waktu yang berbeda-beda.

Buah dan sayuran lokal dianggap memiliki kandungan gizi yang lebih baik dan aman dibanding dengan impor yang sudah melewati proses impor yang panjang. Selain itu, maraknya buah dan sayuran impor mengakibatkan berkurangnya konsumsi buah dan sayuran lokal. Masyarakat saat ini kerap mengkonsumsi buah dan sayuran impor yang dijual di supermarket ataupun *mall* (Fateta, 2012). Buah dan sayuran yang dijual di supermarket tentunya memiliki kisaran harga yang lebih mahal dan sebagiannya merupakan hasil impor. Penegasan melalui kalimat “Beli buah dan sayuran lokal musiman” tersebut yang berkaitan dengan *food culture* ini menunjukkan bahwa majalah *Gogirl!* mencoba untuk mempertahankan budayanya dengan menyarankan bahan makanan yang termasuk dalam unsur tradisional tersebut.

Kemudian, terdapat kata “pasti” pada kalimat selanjutnya setelah koma, di mana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sudah tetap, tidak boleh tidak, tentu dan mesti. Kata “pasti” tersebut menegaskan bahwa buah dan sayuran lokal memang lebih murah, sehingga kata “pasti” ini ditujukan untuk meyakinkan pembaca dengan mendukung kalimat pertama yaitu “Beli buah dan sayuran lokal musiman” yang saling berhubungan. Hal tersebut ditujukan agar mestinya menggunakan bahan lokal tersebut daripada menggunakan buah dan sayuran impor.

Jangan ragu buat ke pasar. Selain bahan makanan seperti tempe, tahu, bumbu, ikan, dan daging-nya jauh lebih murah dari supermarket, kita juga bisa nawar harga ke pedagangnya. Bahkan, kita bisa dapat harga setengah dari yang ditawarkan (Banea, 2013).

Selanjutnya mengenai poin kedua dari kolom *Ways to Eat Healthier While Keeping it Cheap*. Pada tulisan di atas menjelaskan bahwa jangan ragu untuk membeli bahan makanan ke pasar karena bahan makanan seperti tempe, tahu, bumbu dan daging lebih murah dibandingkan ketika membeli di supermarket. Kelebihan lainnya juga harga yang terdapat di pasar dapat ditawar sampai setengah harga. Bagaimana terlihat sekali semangat lokalisme dengan menyarankan membeli bahan makanan di pasar. Melalui perbandingan serta penegasan yang dituliskan yaitu antara pasar dan supermarket, di mana keduanya memiliki perbedaan yang cukup besar.

Pasar yang dimaksudkan yaitu tempat belanja yang merujuk pada pasar tradisional yang tentunya sudah dikenal oleh masyarakat luas. Pasar tradisional ini dekat dengan kalangan masyarakat kota maupun desa yang menyediakan berbagai

macam bahan makanan maupun peralatan rumah tangga yang dibutuhkan. Indonesia saat ini kurang lebih memiliki 13.450 pasar tradisional yang menampung sekitar 13 juta pedagang kios dan lebih dari 9 juta yang berstatus Pedagang Kaki Lima (PKL). Pasar tradisional di Indonesia ini dikenal kumuh, bau, banyaknya aksi pencopetan dan lainnya yang mengartikan suasananya tidak terorganisir dengan baik. Lalu, banyaknya keberadaan pasar tradisional tersebut, nyatanya tidak sampai 10 persen pasar yang terkelola dengan baik (Malano, 2011:1). Melalui berbagai kekurangan yang dimiliki oleh pasar tradisional, namun pasar tradisional ini menjadi cerminan atas keberadaan kehidupan sosial dalam suatu wilayah tertentu. Pasar tradisional yang sudah berpuluh-puluh tahun ada menjadi tempat tersendiri untuk mengetahui budaya yang berkembang di masyarakat. Pasar tradisional ini bukan hanya sebagai bagian filosofi demokrasi lokal dan mengangkat kearifan lokal tetapi juga menjadi karakter serta ciri sumber daya pangan masyarakat Indonesia secara menyeluruh (Basri, 2012:238).

Lawan dari pasar tradisional berupa pasar moderen yang terbagi menjadi beberapa pilihan yaitu supermarket, *mall*, minimarket dan sejenisnya. Pasar moderen dianggap memiliki tombak yang dapat mengancam keberadaan pasar tradisional. Terdapat dua modus yang digunakan oleh pemilik modal dan oknum birokrasi atau disebut dengan koalisi strategis yang secara tidak langsung meminggirkan pasar tradisional. Pertama, “pengambilalihan” secara paksa sejumlah pasar tradisional untuk digantikan dengan pasar moderen yang berupa hipermarket dan supermarket. Hal tersebut tidak bisa dikendalikan oleh pedagang tradisional sehingga secara tidak langsung pasar tradisional menjadi terpinggirkan.

Kedua, “pengepungan” terhadap pasar tradisional dengan mendirikan berbagai *mall*, supermarket, dan minimarket waralaba di sekeliling pasar tradisional yang menyebabkan berpindahnya konsumen pasar tradisional ke pasar moderen (Radhi, 2008:144).

Pasar moderen kerap memiliki kelebihan yang tidak didapatkan pada pasar tradisional, di antaranya yaitu memiliki gerai yang lebih bersih, nyaman, tertata, strategis, ruangan yang berpendingin, tidak khawatir akan kualitas yang ditawarkan, tidak perlu tawar menawar dengan pedagang dan jauh dari kekhawatiran atas pencopetan. Pasar moderen khususnya supermarket ini berkaitan dengan budaya global yang berkembang melalui globalisasi, di mana tidak hanya barang lokal saja yang ditawarkan namun juga barang impor. Terdapat barang-barang impor yang jarang ditemukan ketika berbelanja di pasar tradisional.

Melalui perbandingan yang dituliskan dapat terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* menyarankan untuk membeli bahan makanan di pasar yang merujuk pada pasar tradisional. Pasa tradisional berkaitan dengan identitas lokal masyarakat Indonesia yang memang identik dengan harga yang lebih murah. Semangat lokalisme ini terlihat dengan adanya penegasan berulang yang dituliskan dalam artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week* yaitu seperti pembahasan di atas dengan spesifik menyebutkan kata “lokal”, “musiman” yang berkaitan dengan anjuran untuk menggunakan sesuatu yang lokal. Kemudian, perbandingan mengenai “pasar” dan “supermarket” ditujukan untuk meyakinkan pembaca dengan menyebutkan kelebihan yang ditawarkan oleh konsep belanja di pasar tradisional pada kalimat kedua dan ketiga.

Kemudian, pembahasan kedua terdapat dalam artikel *Fun Games Now and Then*. Artikel *Fun Games Now and Then* ini menunjukkan adanya proses negosiasi yang berlangsung melalui perbandingan yang sudah disebutkan, di mana artikelnya membahas mengenai permainan masa kini dan permainan yang dimainkan dari waktu ke waktu.



Gambar 5: Artikel *Fun Games Now and Then*. Sumber: Majalah *Gogirl!*.

Artikel di atas menjelaskan bahwa permainan moderen dan permainan tradisional mengalami perubahan. Perbandingan keduanya menunjukkan adanya perbedaan dari kedua permainan, yang menyamakannya yaitu dasar permainan. Kelebihan dan kekurangan dari kedua permainan juga dituliskan untuk memperlihatkan inovasi yang berkembang pada permainan tersebut. Ada sepuluh macam permainan yang dituliskan dalam artikel *Fun Games Now and Then* ini yaitu Ketapel dan *Angry Bird*, Kasti dan *Baseball Wii Game*, Engklek dan *DDR*, Egrang dan *Jumping Stilts*, Gasing dan *Beyblade*, Lilin dan *Playdoh*, Rumah-rumahan dan

The Sims, Kelerang dan *Pinball*, Lompat Tali dan *Jumping Jackpot*, kemudian yang terakhir Mobil Kulit Jeruk dan *Hot Wheels*. Majalah *Gogirl!* menyarankan untuk menyeimbangkan antara kedua permainan karena keduanya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Permainan moderen dianggap mampu untuk meningkatkan kecerdasan otak pada anak, namun ada aspek yang tertinggal yaitu perkembangan emosional dan sosial yang berbeda dengan permainan tradisional yang mengacu pada kerja sama tim.

Permainan tradisional bisa disebut sebagai permainan yang sudah ada sejak dahulu dan dimainkan secara turun menurun oleh masyarakat yang sampai sekarang pun masih kita kenal. Berbagai daerah mempunyai jenis permainan tradisionalnya masing-masing, namun biasanya menggunakan nama yang berbeda. Permainan tradisional ini mempunyai makna sebagai sesuatu permainan yang dilakukan dengan berpegang teguh norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun menurun dan dapat memberikan rasa puas atau senang bagi si pelaku (Hamzuri dan Siregar, 1998:1). Sama halnya dengan permainan yang berada di dunia ini, beberapa jenis permainan mempunyai kemiripan antara negara satu dengan lainnya. Masing-masing negara mempunyai tradisi dan aturan yang berbeda dalam memainkan permainan tersebut. Hanya saja yang menyamakan yaitu jenis dan dasar permainan. Lalu, permainan tradisional ini juga dapat disebut permainan lokal karena berada dalam lingkup daerah khususnya Indonesia yang sudah dikenal dari generasi dulu sampai sekarang.

Permainan moderen sendiri mempunyai karakteristik yang berkaitan dengan perkembangan teknologi. Permainan moderen menggunakan teknologi

mesin seperti komputer dan lainnya dalam melakukan permainannya, permainan tersebut dapat berupa *game* komputer, *game online*, *playstation* dan lainnya (Karimi, 2012:156). Permainan moderen sudah mempunyai aturan sendiri yang dibuat oleh penciptanya, sehingga berbeda dengan permainan tradisional yang menerapkan kebiasaan atau tradisi sebagai aturannya. Membutuhkan biaya dan fasilitas tersendiri untuk memainkan permainan moderen tersebut. Mayoritas permainan moderen berasal dari luar negara Indonesia yang didistribusikan serta dikenalkan sampai lintas negara. Sehingga, permainan moderen mengacu pada aspek global karena keberadaanya yang sudah terdapat di berbagai negara dan dikonsumsi oleh masyarakat global.

Kemudian, kolom artikel di bawah menunjukkan beberapa teks yang mengacu pada unsur identitas lokal, yaitu:

...Apart from that, both games have their own unique characteristics. Keduanya sama-sama *entertaining* dan punya manfaat, misalnya ngelatih bikin strategi dan ngasah ketangkasan. Permainan *modern* unggul degan variasi dan kecanggihannya, bisa dimainin sendiri dan harganya juga relatif terjangkau. Sedangkan permainan tradisional biasanya manfaatin barang-barang yang ada di sekitar, mengandung nilai-nilai budaya lokal, dan dimainin bareng sehingga penuh kebersamaan. Tapi pada dasarnya, permainan *modern* gabisa sepenuhnya ngegantiin permainan tradisional. Menurut psikolog anak Dr. Seto Mulyadi Psi Msi, permainan *modern* emang mampu ningkatin kecerdasan otak anak, tapi ada aspek yang tertinggal kayak perkembangan sosial dan emosional. Ini karena permainan *modern* biasanya dibuat lebih individual dan bikin anak nggak terbiasa berinteraksi. Makanya, perlu diimbangi dengan permainan tradisional yang bikin anak-anak belajar kerjasama (Susanty, 2013).

Pernyataan tersebut mengartikan bahwa kedua permainan yaitu permainan tradisional dan permainan moderen mempunyai keunikan dan manfaatnya

tersendiri yang masing-masing dituliskan dalam beberapa kalimat. Terdapat pernyataan ahli yang dapat menyakinkan pembaca dengan menuliskan permainan moderen tidak dapat sepenuhnya menggantikan permainan tradisional karena beberapa kelebihanannya tidak didapatkan pada permainan moderen. Majalah *Gogirl!* juga menyarankan untuk memainkan kedua permainan secara seimbang antara permainan tradisional dan permainan moderen.



Gambar 6: *Irreplaceable Traditional Games* dalam artikel *Fun Game Now and Then*.
Sumber: Majalah *Gogirl!*.

Pada kolom terakhir *Irreplaceable Traditional Games*, *Gogirl!* menjelaskan bahwa permainan tradisional sebenarnya tidak punah atau hilang tersaingi oleh permainan moderen yang tren saat ini. Salah satu SD di Jakarta dan SD swasta di Bandung adalah bukti masih adanya anak-anak yang memainkan permainan tradisional yaitu galasin atau gobak sodor, lompat karet, benteng-bentengan dan petak umpet. Berbagai alasan anak-anak masih memainkan permainan tersebut, sehingga fakta tersebut menunjukkan permainan tradisional masih ada saat ini.

Makna konotasi pada penjabaran dua kalimat paragraf di atas menunjukkan bahwa majalah *Gogirl!* berpihak pada narasi permainan tradisional. Permainan tradisional dinilai lebih baik dari permainan moderen dengan menyebutkan beberapa manfaat yang dihasilkan. Ada kalimat ajakan yang ditujukan untuk pembaca agar tetap memainkan permainan tradisional walaupun berada pada zaman

yang dipenuhi oleh teknologi serba canggih. Melalui fakta yang dituliskan, permainan tradisional memang masih eksis sampai sekarang. Upaya untuk melestarikan identitas budaya lokal tampak dalam artikel ini.

Keberpihakannya terhadap permainan tradisional terlihat melalui dua kalimat sanggahan yang ditujukan pada permainan moderen pada kalimat kelima dan keenam yang keduanya menggunakan kata “tapi”. Pertama pada kalimat kelima yaitu “Tapi pada dasarnya, permainan *modern* gabisa sepenuhnya ngegantiin permainan tradisional” dan kedua pada kalimat keenam yaitu “..permainan *modern* emang mampu ningkatin kecerdasan otak anak, tapi ada aspek yang tertinggal kayak perkembangan sosial dan emosional”. Kata “tapi” adalah sinonim dari kata “tetapi” yang termasuk dalam kata penghubung konjungsi adversatif. Konjungsi adversatif menurut Achmad HP yaitu pertalian perlawanan yang bermakna mempertentangkan suatu hal, keadaan atau perbuatan dengan hal, keadaan, atau perbuatan dengan hal, keadaan atau perbuatan lain (dalam Setiawati dan Pratiwi, 2016:48).

Dua kalimat di atas adalah kalimat yang mempertentangkan bahwa permainan moderen tidak sepenuhnya bersifat positif. Keduanya sama-sama mempertentangkan bahwa permainan moderen tidak dapat menggantikan permainan tradisional, hal tersebut mengartikan ada aspek pada permainan tradisional yang tidak dimiliki oleh permainan moderen. Berbanding terbalik dengan permainan moderen, kelemahan permainan tradisional tidak disebutkan secara spesifik. Hal ini mengartikan bahwa permainan tradisional dianggap tidak memiliki kelemahan.

Melalui kalimat sanggahan tersebut terlihat bagaimana permainan tradisional menjadi fokus utama dalam artikel ini.

Kolom terakhir yaitu *Irreplaceble Traditional Games* menegaskan bahwa permainan tradisional merupakan inti dari penulisan keseluruhan artikel *Fun Games Now and Then*. Faktanya, secara jelas bahwa permainan tradisional masih layak untuk dipertainkan di zaman yang penuh permainan moderen ini. Posisi kolom tulisan tersebut terletak pada kolom terakhir artikel. Tulisan ini adalah kesimpulan dari keseluruhan tulisan yang ingin disampaikan oleh *Gogirl!* untuk pembacanya yang ditarik dari keseluruhan tulisan dalam artikel. Penulisan juga disertai bukti dan fakta sehingga menjadi penguat kesimpulan yang dituliskan.

Terdapat dua kalimat fakta yang menyebutkan bahwa permainan tradisional masih dimainkan oleh anak-anak. Kalimat tersebut yaitu:

“...*Gogirl!* sengaja maen ke salah satu SD di Jakarta pas jam istirahat. Ternyata adik-adik kita lagi main galasin/gobak sodor dan lompat karet! Dari survey lain yang *Gogirl!* lakuin di salah satu SD swasta di Bandung pun, ternyata anak-anaknya juga masih sering main benteng-bentengan dan petak umpet” (Susanty, 2013).

Kalimat di atas terdapat kata “ternyata” yang mengacu pada pembuktian terhadap belum punahnya permainan tradisional saat ini. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan kata “ternyata” sebagai sudah nyata, ada buktinya dan terbukti. Kedua kalimat termasuk dalam kalimat fakta. Fakta sendiri menurut Hassanudin dalam Ensiklopedia Sastra Indonesia adalah peristiwa yang benar-benar ada yang harus diterima sebagai kenyataan karena semuanya benar-benar

dijumpai dalam kehidupan nyata (Sartika, 2017:79). Pembuktian yang dituliskan mengartikan bahwa ingin menunjukkan fokusnya pada permainan tradisional.

Pada kalimat terakhir “*These facts show that somehow, traditional games are still irreplaceable in this modern area*” mengartikan fakta-fakta yang dituliskan sebelumnya menunjukkan jika suatu saat nanti permainan tradisional tidak akan tergantikan oleh permainan moderen di zaman moderen ini. Hal tersebut menegaskan jika *Gogirl!* percaya bahwa permainan tradisional tidak termakan waktu, bahkan kedepannya pun demikian.

Permainan tradisional menjadi tema yang kerap dibahas dalam studi penelitian maupun artikel. Mayoritas tulisan menyebutkan bahwa permainan tradisional merupakan permainan yang mulai ditinggalkan oleh masyarakat terutama anak-anak, sehingga perlunya masyarakat untuk melihat kembali kelebihan yang ditawarkan serta tidak ditinggalkannya begitu saja. Faktanya anak-anak saat ini mulai kecanduan bermain permainan digital yang mengacu pada permainan moderen yang mengakibatkan stereotip pada permainan tradisional berubah, manfaat yang dimilikinya pun dianggap kurang memberikan dampak positif (Nur, 2013:88). Dalam hal ini, majalah *Gogirl!* mencoba untuk meyakinkan pembaca bahwa permainan tradisional memiliki manfaat yang lebih besar daripada permainan moderen. Maka, analisis di atas membuktikan bahwa dalam artikelnya masih ada semangat lokalisme yang ditampilkan pada majalah ini.

C. Superioritas Identitas Barat sebagai Mitos

Berdasarkan kedua analisis di atas menunjukkan bahwa budaya global yaitu identitas budaya Barat secara luas sudah memasuki ruang-ruang kehidupan masyarakat lokal. Pada akhirnya menjadi budaya dominan yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam melihat budayanya sendiri. Negara maju dinilai sebagai mayoritas yang menyebarkan budayanya ke seluruh penjuru dunia. Memang sudah menjadi mitos bahwa budaya Barat mempunyai kualitas dan kuantitas yang tinggi serta kerap diposisikan sebagai pihak superior dibanding dengan budaya lokal Indonesia. Hal ini menyebabkan kurangnya rasa percaya diri terhadap budayanya sendiri. Pada dasarnya, konstruksi yang terbentuk di masyarakat menyebutkan bahwa kultur global dianggap paling menjanjikan masa depan dengan segala macam modifikasi dan komersialisasi, sementara struktur lokal dianggap stagnan (Qodir, 2010:160).

Superioritas identitas Barat berkaitan dengan konsep orientalisme oleh Edward Said yang mengacu pada identitas Timur. Said mengatakan bahwa orientalisme merupakan bentuk yang dikonstruksikan oleh para pemikir Barat yang menimbulkan mitos pada identitas Timur yaitu sebagai pihak inferior. Seperti halnya Said (1995:1) menyatakan "*In addition, the orient has helped to define Europe (or the West) as its contrasting image, idea, personality, experience*" artinya penggambaran Timur ini membantu mendefinisikan citra, ide, kepribadian dan pengalaman Eropa atau Barat yang kontras serta bersebrangan dengan Timur itu sendiri.

Narasi dalam media mayoritas memang menyebutkan identitas Barat sebagai pihak superior. Hal tersebut seakan sudah menjadi mitos yang tak pernah hilang dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Menurut Kasiyan (2012) dalam penelitiannya mengenai estetika poskolonial dalam iklan salah satunya yaitu obsesi terhadap ketubuhan kulit putih ala Barat. Iklan kosmetik *Viva White* produksi dalam negeri dan merk *Pond's* produksi asing sama-sama ditujukan untuk memutihkan kulit. Fenomena kulit putih yang identik dengan Barat ini, kini dijadikan sebagai standar ideal yang menghegemoni kesadaran bangsa-bangsa Timur, termasuk Indonesia yang menggeser wacana *mainstream* warna kulit bangsa Timur yaitu sawo matang, kuning langsung, kuning, coklat ataupun hitam.

Pada media cetak pun kerap mengungkapkan pernyataan mengenai keunggulan identitas Barat. Keunggulan identitas Barat itu dituangkannya dalam bentuk artikel. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dian Swandayani, Iman Santoso dan Nurhadi mengenai Kebudayaan Eropa dalam Media Massa Indonesia pada Awal Abad XXI (2010) menunjukkan Barat sebagai negara yang kerap dimuat dalam majalah. Pada awal abad ke XXI (2000-2007) majalah *Basis* yang notabene majalah kebudayaan mengangkat tokoh-tokoh Eropa sebagai tema artikel. Jaques Derrida tokoh filsafat Perancis yang mencetuskan konsep dekonstruksi menjadi tokoh yang paling banyak diulas dalam artikel yaitu sebanyak 12 kali. Kemudian, majalah *Tempo* sebanyak 236 artikel yang membahas mengenai Eropa. Salah satunya artikel yang membahas kelompok tari atau penari asal Eropa dengan berbagai komentar. Komentar yang ditulis oleh Seno Joko Suyono pada penampilan tari "*Under Green Ground*" dinilai merupakan salah satu produksi tari terbaik

Eropa saat ini. Selanjutnya, salah satu rubrik pada majalah *Kompas* perihal fesyen. Milan kembali menjadi panggung bagi keunggulan Italia sebagai negeri dengan ketrampilan pengerjaan produk mode, produk yang membawa kemakmuran pada negeri tersebut. Tiga rumah mode yang mewakili yaitu *Fendi, Dolce & Gabbana, dan Gianfranco Ferre*. Rubrik fesyen ini menunjukkan posisi tertinggi yang ditempati oleh Italia. Hal tersebut secara tidak langsung menjadi *trend setter* bagi Indonesia dalam dunia fesyen.

Berdasarkan contoh-contoh di atas menunjukkan bahwasannya Barat dipandang sebagai negara yang mempunyai budaya maju dan moderen. Citra yang tertanam pada identitas Barat ini yang mengakibatkan suatu identitas lokal merasa dirinya inferior dan Barat sebagai pihak superior. Superioritas identitas Barat dalam majalah *Gogirl!* ditunjukkan melalui penulisan konten menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa campuran pada bahasa gado-gado dengan Bahasa Indonesia. Selanjutnya, identitas Eropa juga digunakan sebagai inspirasi tema pada konten majalah *Gogirl!* yaitu dengan menggunakan inspirasi gaya rambut ala Yunani kuno yang diaplikasikan pada model lokal Indonesia.

Budaya global yang ada dalam majalah *Gogirl!* tidak sepenuhnya menyingkirkan budaya lokal dalam kontennya. Identitas global dalam hal ini juga tidak sekedar hanya dituliskan begitu saja tanpa ada kepentingan di dalamnya. Hal tersebut mengacu pada konsep *hybrid culture* Homi Bhabha yang menunjukkan bahwa identitas lokal adalah suatu subjek atau berada pada kondisi terjajah. Lalu terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* ini tetap menampilkan identitas-identitas lokal tersebut. Seperti halnya Bhabha (1994:110-111) mengatakan bahwa:

”Resistance is not necessarily an oppositional act of political intention, nor is it the simple negation or exclusion of the 'content' of another culture, as a difference once perceived. It is the effect of an ambivalence produced within the rules of recognition of dominating discourses as they articulate the signs of cultural difference and reimplicate them within the deferential relations of colonial power- hierarchy, normalization, marginalization and so forth. For colonial domination is achieved through a process of disavowal that denies the chaos of its intervention as Entstellung, its dislocatory presence in order to preserve the authority of its identity in the teleological narratives of historical and political evolutionism.”

Pernyataan di atas mengartikan bahwa perlawanan tidak selalu melakukan tindakan penolakan pada unsur identitas budaya lain atau dalam hal ini berkonteks pada identitas Barat, namun dapat melalui pengingkaran dengan menerima identitas tersebut yang dimanfaatkan untuk kepentingan identitas lokal. Pada konsep *hybrid culture* walaupun dalam sebuah majalah didominasi oleh identitas global, masih adanya peluang bagi budaya lokal untuk mengekspresikan identitasnya.

Hibriditas pada artikel yang dianalisis ditunjukkan dengan perlawanan melalui negosiasi dengan identitas global. Pada artikel terlihat bagaimana identitas lokal tetap ditampilkan sebagaimana masih adanya semangat lokalisme yang terkandung di dalamnya. Melalui analisis di atas semangat lokalismenya dapat berupa perubahan stereotip mengenai makanan sehat yang menyarankan untuk menggunakan bahan lokal sebagai menu dan perbandingan antara permainan tradisional dan permainan moderen yang menyatakan bahwa permainan tradisional mempunyai manfaat yang lebih baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa identitas lokal merupakan fokus utama dalam artikel di atas. Sehingga superioritas identitas global dalam hal ini dimanfaatkan sebagai bentuk untuk menampilkan serta

mengangkat identitas lokal pada konten yang dibahas. Pemanfaatan ini mengartikan bahwa majalah *Gogirl!* memasukkan identitas global dalam tataran konten lokal yang secara bersama juga terdapat identitas lokal di dalamnya, hal tersebut merupakan suatu bentuk negosiasi yang terdapat dalam majalah *Gogirl!*.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh budaya lokal ini merupakan suatu bentuk dalam menghadapi ancaman globalisasi yang berlangsung. Seperti halnya menurut Mubah (2015:42), bahwa globalisasi yang tidak terhindarkan sehingga dapat diantisipasi dengan pembangunan budaya yang berkarakter penguatan jati diri dan kearifan lokal yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penyusunan strategi dalam pelestarian dan pengembangan budaya. Bentuk hibriditas ini menjadi jalan dalam menampilkan identitas lokal dengan unsur identitas budaya global secara bersama dalam satu kolom artikel.