

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Kontek Penelitian

Pada era sekarang ini dilihat dari kehidupan sehari-hari, majalah merupakan salah satu media cetak yang digemari oleh masyarakat dimulai dari kalangan remaja sampai dewasa. Pada dasarnya majalah yang diterbitkan secara berkala (mingguan, dwi mingguan, atau bulanan) ini berisi berbagai macam artikel dalam subjek yang bervariasi yang ditunjukkan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dipahami oleh banyak orang. Majalah terdiri dari beberapa jenis, seperti majalah perusahaan, majalah wanita, majalah mode, majalah remaja, majalah anak dan lain sebagainya. Majalah memang tak hanya populer dikalangan para remaja ataupun dewasa, akan tetapi diminati oleh anak-anak yang ingin mencari informasi sekaligus hiburan. Majalah yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah terkait dengan majalah populer yang berisi tentang konten-konten: foto, olahraga, tips, otomotif, *movie* serta *the journey*, *sex clinic*, *sex tips*, ajang pencarian bakat MISS POPULAR, dll. Majalah Populer ini termasuk hasil karya Jurnalistik, karena majalah ini bisa dikatakan dengan *social and environment* yang berarti foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya.

Keterkaitannya majalah yang akan dikaji, bahwasannya dalam realitas sosial sehari-hari masalah tentang ketidakadilan gender terutama yang dialami oleh perempuan selalu menarik untuk diperbincangkan, karena hal ini menjadi daya

tarik didalam kehidupan masyarakat maupun dalam bentuk pemberitaan di media massa. Sering kali posisi perempuan di media massa ditempatkan sebagai pelengkap dunia laki-laki dan keindahan tubuh perempuan di jadikan sebagai objek seksual di media massa. Keterkaitannya dengan realitas tersebut, maka pada majalah populer terdapat beberapa ciri khas, sebagai majalah dewasa, salah satunya sensualitas. Sensualitas merupakan salah satu bentuk objektivikasi perempuan di media massa, salah satunya pada majalah populer.

Dilihat dari bukti fisik majalah populer tersebut dapat disimpulkan bahwa majalah populer merupakan salah satu majalah pria dewasa yang beredar luas di Indonesia dan memiliki banyak pembaca. Majalah ini memberikan batasan usia kepada pembacanya yaitu berusia 21 tahun keatas. Namun, majalah ini dijual dengan bebas dan mudah didapatkan maka sangat besar kesempatann untuk dibaca oleh seseorang yang belum berusia matang atau dewasa. Salah satu rubrik yang menampilkan tubuh perempuan sebagai objek dalam majalah ini adalah rubrik *eyecandy*, yaitu rubrik yang berisi gambar atau foto perempuan dengan pakaian sangat minim dan pose-pose yang provokatif. Dengan alasan memberikan hiburan, maka semakin banyak media yang kemudian mengeksploitasi tubuh perempuan dan menjadikannya sebagai ajang bisnis untuk mengeruk keuntungan besar tanpa memikirkan tanggung jawab moral sosial. Berikut adalah salah satu foto dari rubrik *eyecandy*:



Sumber: Majalah Popular Edisi September 2018

Gambar 1.1 Foto Rubrik *Eyecandy* pada majalah Popular Hal 22



Sumber: Majalah Popular Edisi September 2018

Gambar 1.2 Foto Rubrik *eyecandy* Pada Majalah Popular Hal 46



Sumber: Majalah Populer Edisi September 2018

Gambar 1.3 Foto Rubrik *eyecandy* Pada Majalah Populer Hal 8



Sumber: Majalah Populer Edisi September 2018

Gambar 1.4 Foto Rubrik *eyecandy* Pada Majalah Populer Hal 114

Dilihat dari pemaparannya dapat dijelaskan, maka kualitas dari majalah populer ini merupakan salah satu dari majalah khusus pria dewasa yang banyak menampilkan perempuan-perempuan seksi dalam setiap pemberitaannya. Karena sesuai dengan target pasarannya. Majalah populer adalah majalah yang dikhususkan dikonsumsi oleh para eksekutif muda yang berkisar umur 20-40 tahun. Sesuai dengan sasaran pembacanya, maka majalah populer dapat dikatakan sebagai majalah hiburan yang dikhususkan untuk memberikan suatu informasi mengenai hiburan. Sesuai dengan fungsi disini, majalah populer adalah majalah yang terbit secara berkala dan teratur, yang berisi berita, artikel, cerita, fiktif, sajak, dan sebagainya. (Ibrahim: 2004:31). Berkaitan dengan isi dari majalah tersebut, maka banyak dari majalah dewasa yang menampilkan perempuan sebagai objek setiap penerbitannya, sebagai contoh majalah-majalah pria dewasa, Playboy, Matra, Me, FHM, Popular, Lipstick, male emporium, x-file dan Lain sebagainya (Bungin, 2003: 139-140).

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan, keterkaitannya dengan Foto-Foto Rubrik *Eyecandy* Pada Majalah Populer Edisi September 2018 adapun yang menjadi isu utama pada penelitian ini adalah menyangkut sensualitas wanita dimata masyarakat Isu yang mejadi bahan kajian penelitian ini, berkembang dan muncul beberapa masalah secara general, dapat peneliti gambarkan bahwa masalah yang terjadi dari isu sensualitas wanita yaitu terjadinya seks bebas ataupun mempermudah mengakses video atau foto pulgar yang tidak sesuai dengan umur yang dibatasi.

Berdasarkan hasil analisis bukti fisik majalah populer peneliti, terkait dengan Foto-Foto Rubrik *Eyecandy* Pada Majalah Populer Edisi September 2018 ini, diperkuat oleh data empiric berdasarkan hasil survey sesuai penelitian empiric menurut skripsi Pipit Permatasari yang dimana dia meneliti tentang citra perempuan yang ada di majalah populer dalam rubrik “liputan malam”. Didalam penelitiannya ia menjelaskan bahwa dapat dikatakan media masa hanya refleksi kehidupan perempuan dimasyarakat. Ditemukannya hasil penelitian bahwa dimedia massa perempuan yang khususnya di majalah populer hanya dijadikan penghibur, pelengkap dan hanya pemuas nafsu laki-laki semata.

Keterwakilan perempuan di media massa memang tidak sangat menguntungkan dalam segi posisi, namun ketika menyangkut dengan pembagian kerja atau ekonomi posisi perempuan sangat dilematis untuk memilih. Terkadang perempuan tanpa menyadari kalau dirinya sudah tereksplotasi dan mengeksplotasi, karena menganggap bahwa itu adalah tuntutan peran. Dalam hubungan sosial misalnya, pola hubungan perempuan dan laki-laki sudah sangat jelas perbedaannya. Posisi perempuan selalu di tempatkan paa posisi “*wengking*”, “orang terbelakang”, “Subordinasi”, perempuan yang selalu kalah, namun sebagai “pemuas” pria, pelengkap dunia pria. Hal-hal ini yang direkontruksi dalam media massa. (Bungin 2003 : 131)

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis menyimpulkan, bahwa dapat digambarkan perkembangan majalah di era digital seperti ini sangatlah susah dalam persaingan namun jika kita mengemas produk kita dengan menarik bisa berkemungkinan peluang besar untuk sukses dan tidak berakhir gulung

tikar seperti majalah-majalah yang ada. Dan majalah populer ini sangat mudah untuk diakses dan ada beberapa link khusus majalah populer seperti youtube, facebook, ataupun gerai-gerai yang menjual majalah yang diterbitkan tiap bualannya yang dalam penerbitan bulan ke bulan mempunyai ciri khas tersendiri yang mengandung tema-tema yang sedang hangat diperbincangkan. Bukan hanya itu saja jumlah pembaca di indonesia sangat positif peminatnya dan di survey melalui akun youtube ataupun media lainnya masih banyak yang mengikuti arus perkembangan majalah populer ini sehingga ini menarik untuk diteliti.

Dalam budaya patriarki, perempuan hanya diwajibkan mengurus rumah tangga. Belum lagi banyak dari rangkaian studi yang menggambarkan perempuan hanya sebagai objek kenikmatan seksual yang ditujukan kepada konsumen pria. Pergeseran terjadi ketika dalam majalah wanita tersebut hanya menampilkan senyuman saja dibandingkan dengan majalah yang menampilkan sosok perempuan yang tanpa senyuman lalu diarahkan gaya sesuai dengan keinginan fotografer. Maka di situlah letak perbedaannya. Yang terjual oleh perempuan di media massa adalah daya kesensualanya.

Ini terlihat sangat jelas ketika perempuan yang ditampilkan sebagai objek seksual telah hilang diperedaran, maka tidak akan terlaksananya proyek desakralisasi seks yang dibutuhkan untuk menciptakan masyarakat yang konsumtif yang boros dan yang haus akan kepuasan. Dalam realitasnya, perempuan sering kali diposisikan lemah dan ketidakberdayaan sehingga tidak mempunyai kekuatan dan kekuasaan yang memadai. Kelemahan

perempuan tersebut membuat perempuan terkadang tidak bisa mengontrol diri dan lingkungannya, perempuan tidak diberikan ruang gerak banyak untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan baik itu menyangkut dirinya maupun lingkungannya. Terkadang kelemahannya itu dapat menyudutkan kaum perempuan dalam segi ekonomi, sosial, dan politik yang terkadang perempuan merasa tersisihkan. Belum lagi budaya patriarki yang sudah menjadi mitos yang memandang kodrat perempuan selalu berada di bawah laki-laki atau dengan kata lain perempuan berada di bawah kekuasaan laki-laki.

Banyak dari media massa demi meraup keuntungan dan eksisnya sebuah majalah menjadikan perempuan sebagai produk dalam setiap kemasannya dengan alasan perempuan sebagai “*selling point*” “penjualan” yang artinya perempuan di sana dapat digambarkan hanya sebagai objek. yang fungsinya hanya sebagai pemuas atau penghibur para pencari hiburan.

Eksplorasi pencitraan perempuan di media massa bukan saja karena kerelaan perempuan, namun juga karena kebutuhan kelas sosial itu sendiri, sehingga mau ataupun tidak kehadiran perempuan menjadi sebuah kebutuhan dalam kelas sosial tersebut. Sayangnya kehadiran perempuan menjadi bagian dari refleksi dari realitas sosial masyarakatnya. Bahwa perempuan selalu menjadi subordinat laki-laki. Karena tetap saja perempuan di media massa adalah perempuannya laki-laki.

Keterwakilan perempuan di media massa memang tidak sangat menguntungkan dalam segi posisi, namun ketika menyangkut dengan

pembagian kerja atau ekonomi posisi perempuan sangat dilematis untuk memilih. Terkadang perempuan tanpa menyadari kalau dirinya sudah tereksploitasi dan mengeksploitasi, karena menganggap bahwa itu adalah tuntutan peran.

Dalam hubungan sosial misalnya, pola hubungan perempuan dan laki-laki sudah sangat jelas perbedaannya. Posisi perempuan selalu ditempatkan pada posisi “*wengking*”, “orang terbelakang”, “Subordinasi”, perempuan yang selalu kalah, namun sebagai “pemuas pria, pelengkap dunia pria. Hal-hal inilah yang direkonstruksi dalam media massa. (Kencana,2003:131).

Hal ini, maka keterkaitannya dengan analisis foto majalah populer ini dapat dikaji oleh teori Semiotika Roland Barthes. Sebagai Teori yang dikemukakan oleh Roland Barthes (1915-1980), dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkat pertandaan, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertanda yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Kusumarini,2006). Menurut Roland Barthes ada beberapa indikator yang menjadi bagian dari teori semiotika Roland Barthes adalah teks beroperasi lima kode pokok (*five major code*) yang di dalamnya terdapat penanda teks (*leksia*). Lima kode yang ditinjau Barthes yaitu (Sobur,2004:65-66):

1. Kode *Hermeneutik* atau kode tekateki berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan “kebenaran” bagi pertanyaan yang muncul dalam teks, kode teka-teki merupakan unsur struktur yang utama dalam narasi

tradisional. Di dalam narasi ada suatu kesinambungan antara pemunculan suatu peristiwa teka-teki dan penyelesaiannya di dalam cerita.

2. Kode *proaretik*, atau kode tindakan/lakuan dianggap sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, yang artinya antara lain semua teks bersifat naratif. Barthes melihat semua lakuan dapat dikodifikasi. Pada praktiknya ia menerapkan beberapa prinsip seleksi. Kita mengenal kode lakuan atau peristiwa karena kita dapat memahaminya
3. Kode simbolik, merupakan aspek pengodean yang paling khas bersifat struktural, atau tepatnya menurut konsep barthes pascastruktural. Pemisahan dunia secara kultural dan primitif menjadi kekuatan dan nilai-nilai yang berlawanan yang secara mitologis dapat dikodekan.
4. Kode kultural (Kode *Gnomik*), kode ini merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui dan sudah dikodifikasi oleh budaya. Menurut Barthes, realisme tradisional didefinisi oleh acuan kepada apa yang telah diketahui.
5. Kode *semik* atau kode konotatif menawarkan banyak sisi, dalam proses pembacaan, pembaca menyusun tema suatu teks. Ia melihat bahwa konotasimkata atau frase tertentu dalam teks dapat dikelompokkan dengan kata frase yang mirip.

Penelitian yang dilakukan, memiliki relevansi dengan penelitian terdahulu Pipit Permatasari, 2008, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta konsentrasi Jurnalistik jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berjudul “analisis semiotika terhadap citra perempuan di rubrik ‘liputan malam’ majalah populer edisi januari 2008” Hasil penelitian terdahulu ini menjelaskan bahwa Hasil penelitian analisis ini terhadap makna teks dan gambar, dan berdasarkan data-data dan sumber-sumber yang mendukung penelitian ini, maka pencitraan perempuan dapat diketahui kalau media massa dalam hal ini majalah populer di rubrik liputan malam, menggambarkan citra perempuan hanya sebagai penghibur, pelengkap dan pemuas nafsu bagi para pencari hiburan dunia malam.

Dari uraian yang diatas dijelaskan bahwa sistem atau mitos tentang perempuan dan laki-laki dalam hubungan sosialnya di masyarakat yang selalu dinomerduakan merupakan hasil dari interaksi sosialisasi masyarakat yang

telah terbentuk sejak dahulu. Di mana masyarakat sangat menganggap laki-laki lebih tinggi derajatnya dan lebih kuat dibandingkan perempuan.

Adapun fungsi dari media massa di sini adalah media massa sebagai penyampai informasi dan hiburan. Media massa banyak menggunakan perempuan dalam segi penjualan produknya, selain itu juga media massa menggunakan perempuan hanya untuk mencari keuntungan semata agar bisa mendobrak keuntungan yang lebih besar lagi. Banyak dari para pecinta seni menggunakan perempuan untuk dijadikan sumber inspirasi dalam kreatifitasnya agar dapat menarik khalayak banyak. Dapat kita lihat, ketika karya-karya seni kreatif seperti iklan dan pemberitaan-pemberitaan tentang perempuan menjadi konsumsi masyarakat, maka posisi perempuan sangat dilematis. Dengan kecantikan dan kemulusannya perempuan sangat potensial untuk dikomersilkan. Karena perempuan merupakan bahan inspirasi dan juga tambang uang yang tak ada habis-habisnya untuk merauk keuntungan bagi si pembuat karyanya.

Banyak dari media massa demi meraup keuntungan dan ketenarannya sebuah majalah menjadikan perempuan sebagai produk dalam setiap kemasannya dengan alasan perempuan sebagai “penjualan” yang artinya perempuan di sana dapat digambarkan hanya sebagai objek. yang fungsinya hanya sebagai pemuas atau penghibur para pencari hiburan yang akan haus dari kepuasan. Eksploitasi pencitraan perempuan di media massa bukan saja karena kerelaan perempuan, namun juga karena kebutuhan kelas sosial itu sendiri, sehingga mau ataupun tidak kehadiran perempuan menjadi sebuah

kebutuhan dalam kelas sosial tersebut. Sayangnya kehadiran perempuan menjadi bagian dari refleksi dari realitas sosial masyarakatnya. Bahwa perempuan selalu menjadi subordinat laki-laki. Karena tetap saja perempuan di media massa adalah perempuannya laki-laki.

Keterwakilan perempuan di media massa memang tidak sangat menguntungkan dalam segi posisi, namun ketika menyangkut dengan pembagian kerja atau ekonomi posisi perempuan sangat dilematis untuk memilih. Terkadang perempuan tanpa menyadari kalau dirinya sudah tereksploitasi dan mengeksploitasi, karena menganggap bahwa itu adalah tuntutan peran pekerjaan semata-mata hanya ingin berkerja profesional saja. Di sini menggambarkan pencitraan perempuan di media massa sebagai sosok yang tampil cantik anggun dan menawan yang dikemas sebagai produk hanya untuk menembus pasar dalam persaingan bisnis diantara media massa-media massa lainnya khususnya cetak. Jelas sekali kalau sosok wanita cantik dalam industry media massa sangat dibutuhkan untuk menjaring lebih banyak konsumen agar lebih tertarik untuk membelinya.

Obyektivikasi tubuh perempuan telah menyebar luas di masyarakat dalam berbagai bentuk dan dapat diperoleh dengan mudahnya melalui berbagai jenis, seperti surat kabar, tabloid, majalah dan sebagainya. Dari berbagai majalah dewasa yang ada, maka dalam penelitian ini penulis memilih majalah populer sebagai subjek penelitian dikarenakan selain terbit satu bulan satu kali, dan kualitas dan kuantitasnya pun memberikan daya tarik tersendiri, ini terbukti dari eksistensinya yang tidak perlu lagi diragukan. Selain itu juga majalah

populer mengemas perempuan dalam setiap edisinya dalam bentuk *feature* seperti kehidupan malam, *Party-party*, *clubbing*. Yang kesemua itu mencirikan dari gemerlapnya budaya hedonisme bagi orang-orang yang ingin mencari kesenangan setelah beraktifitas dalam rutinitas setiap harinya.

Dari konteks penelitian yang sudah diutarakan, adapun alasan peneliti ingin meneliti tentang “analisis foto majalah populer” yaitu majalah ini mengusung tema *oriental sensation* yang menjadi daya tarik peneliti bukan hanya tema tapi dengan pemilihan model yang tepat dan pose-pose yang menarik.

Dari konteks penelitian, yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FOTO MAJALAH POPULAR (Analisis Semiotika Roland Barthes Foto-Foto Rubrik Eyecandy Pada Majalah Populer Edisi September 2018)”**.

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana Foto-Foto Rubrik Eyecandy Pada Majalah Populer Edisi September 2018?

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijelaskan, maka pertanyaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kode *hermeneutika* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018?
2. Bagaimana kode *proairetik* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018?
3. Bagaimana kode *simbolik* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018?
4. Bagaimana kode kultural dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018?
5. Bagaimana kode semik dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018?
6. Bagaimana analisis *leksia* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018?

1.3. Maksud Penelitian dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang konotasi dan denotasi yang berfokus kepada lima kode pokok dan analisis *leksia* mengenai objektivitas perempuan dalam rubrik *eyecandy* dalam majalah populer.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Sesuai pemaparan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

1. Kode *hermeneutika* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018.

2. Kode *proairetik* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018.
3. Kode *simbolik* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018.
4. Kode kultural dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018.
5. Kode *semik* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018.
6. Analisis *leksia* dalam rubrik *eyecandy* majalah populer edisi September 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Adapun manfaat secara teoretis adalah:

1. Sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang jurnalistik mengenai semiotika fotografi
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa melengkapi kepustakaan dalam bidang jurnalistik foto tentang kegiatan analisis foto
3. Menjadi bahan informasi dan referensi bagi pihak yang membutuhkan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi Khasanah di bidang ilmu pengetahuan baik bagi akademisi maupun praktisi, yang berkaitan dengan masalah keperempuan. Khususnya dan pada jurusan konsentrasi Jurnalistik pada umumnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat secara praktis ditujukan kepada:

1.4.2.1 Bagi Pembaca

1. Sebagai media untuk mengemukakan aspirasi dari setiap opini masyarakat yang masuk atas majalah tersebut kepada pihak penerbit dan pengembang.
2. Sebagai informasi bagi masyarakat atau pembaca untuk mengetahui gambaran secara umum atas majalah atau surat kabar yang bersangkutan.

1.4.2.2 Bagi peneliti

1. Menambah wawasan perkembangan majalah yang ada di Indonesia
2. Menambah ragam karya fotografi dengan memahami pose ataupun warna untuk menyampaikan apa yang dimaksud sang fotografer.

1.4.3 Bagi Peneliti selanjutnya

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam memberikan penyadaran terhadap perempuan khususnya dalam mengetahui hak dan martabatnya sebagai perempuan yang lebih mulia dari laki-laki.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena maraknya foto atau video vulgar di media sosial
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang majalah populer yang di khususkan kepada pria-pria dewasa.