

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cosmopolitan merupakan majalah yang dikhususkan bagi wanita dewasa berusia sekitar 25-40 tahun yaitu wanita kalangan menengah ke atas yang memiliki karir. Selama ini wanita hampir tidak memiliki kesempatan untuk menentukan citra bakunya sendiri. *Image* tentang kecantikan, kesopanan, tingkah laku dan keberadaannya ditentukan sejauh dapat memenuhi struktur patriarki. Citra kecantikan wanita berkisar pada upaya-upaya pemenuhan psikologis pria-pria yang hilang dalam persaingan sektor publik. Namun *Cosmopolitan* mampu merubah anggapan itu dengan mengangkat *fun fearless female* sebagai ideologi yang dirasa mampu merubah pandangan citra wanita Indonesia yang konvensional menuju citra wanita Indonesia yang lebih modern dengan mengkampanyekan perlunya wanita untuk “*be brave, be confident, be independent*”.

Keefektifan *fun fearless female* sebagai ideologi bergantung pada pemanfaatan sistem citra yang disebarkan secara strategis (Lull, 1998 : 5). Keefektifan ini juga bergantung pada pemanfaatan penyebaran ideologi baik secara ideasi yang melalui satuan-satuan representasi maupun interpretasi melalui sistem mediasi yang menggunakan mediasi sosial dan mediasi teknologis. Media massa menempatkan dirinya sebagai agen mediasi bagi nilai-nilai, kultur, juga ideologi melalui kekhasan sifatnya yang lebih efektif

karena sesuai dengan sifatnya yang massif dengan cara-cara yang cenderung menyenangkan dan bisa diterima dengan sukarela. Publik media massa menyebarkan dan melegitimasi suatu nilai tanda, kultur, dan ideologi. Kemudian apa yang ada itu, mengutip uraiannya Jorge Larrain, menjadi faktor internal dan eksternal pembentuk suatu ideologi pada media massa. Tarik menarik antar faktor internal dalam diri kepentingan media massa itu sendiri dengan faktor eksternal yang berupa kultur memunculkan suatu sistem nilai dan kultur media yang kemudian berubah menjadi ideologi.

Cosmopolitan juga semakin menguatkan eksistensi wanita Indonesia yang konvensional menjadi wanita Indonesia yang lebih modern dengan merubah cara pandang sekelompok kecil wanita Indonesia, bisa disebut pergeseran dari wanita Indonesia lama ke wanita Indonesia baru. Dari wanita yang tergantung pada pria menjadi wanita yang relatif lebih independen dalam hidup, keuangan dan karir. Dari wanita yang berada dalam bayang-bayang determinasi laki-laki ke wanita yang menjadi dirinya sendiri, pede, perkasa dan berani. Dari wanita yang harus repot dengan aturan-aturan dan norma sosial ke wanita yang lebih individualistik, lebih berani dan selalu berpikiran positif dan optimis. Dari wanita yang *kuper* ke wanita yang *smart* dan berwawasan universal-kosmopolit.

Di sisi lain, pria juga dikonstruksikan di dalam media yang secara kultural direpresentasikan sebagai pihak yang perkasa, kuat, dan bertanggung jawab, sehingga pria yang ideal harus mampu memerankan predikat atau sifat-sifat tersebut. nilai-nilai maskulinitas yang distereotipkan sebagai milik pria,

dalam kehidupan menimbulkan berbagai tekanan dan beban yang sangat berat. Ada berbagai *code of conduct* yang harus selalu diikuti jika taruhannya adalah menjadi bagian dari *manhood*, yaitu kejantanan, keberanian, dan kedewasaan.

Namun citra maskulin tidak selamanya menjadi milik pria. Wanita juga bisa menjadi maskulin. Misalnya wanita bisa menjadi pemimpin, berambut sangat pendek dan memakai celana panjang seperti pria. Sedangkan pria memperoleh bagian mengasuh anak, boleh berambut panjang, dan dapat menggeluti profesi seperti guru, pelatih tari, atau pustakawan yang dulu didominasi oleh wanita. Posisi, profesi dan penampilan wanita dan pria dalam masyarakat tidak dapat dipisahkan secara gamblang, sehingga pada akhirnya batasan antara maskulin dan feminin menjadi kabur.

Semakin terbukanya kesempatan bagi wanita untuk mengembangkan diri juga mendukung semakin berkembangnya peranan wanita, baik yang telah berkeluarga ataupun yang masih lajang untuk memilih bekerja dan berkarir dengan profesional. Perubahan yang terlihat semakin nyata, kini pria dan wanita memiliki kesempatan yang sama besar untuk bersaing dalam berbagai bidang yang langsung berhubungan dengan publik.

Para wanita ini memiliki peranan ganda dan dihadapkan pada masalah-masalah yang lebih kompleks menyangkut komitmen dan tanggung jawab kerja yang semakin tinggi. Kebutuhan wanita karir ini juga menunjukkan grafik yang meningkat, seiring dengan meningkatnya taraf kesenjangan dan finansial mereka. Hal ini juga dipengaruhi semakin beragamnya pemenuhan kebutuhan sehari-hari, sebagai sarana peningkatan kualitas diri akibat dari gaya hidup yang berubah. Perubahan gaya hidup membawa konsekuensi

perubahan pada pemenuhan kebutuhan dalam hal ini tentu tidak hanya pada pemenuhan kebutuhan primer, sekunder dan tersier saja. Pemenuhan kebutuhan yang pada awalnya adalah untuk memenuhi kebutuhan dasar yang pokok, semakin meluas menjadi pemenuhan untuk aktualisasi dan pembentukan identitas diri yang khas, mandiri dan independen dalam segala hal.

Cosmo melakukan adaptasi selektif dari masyarakat berjalan seiring dengan perubahan dan penyajian artikel juga disesuaikan dengan kultur dan norma masyarakat Indonesia dengan mengarahkannya kepembentukan identitas baru, dengan mengangkat artikel-artikel gaya hidup modern dan membidik pangsa pasarnya jelas, yaitu wanita kalangan menengah ke atas. *Lifestyle* yang ditawarkan *cosmo* dalam artikel-artikelnya seperti seks, *relationship* dan karir semakin populer karena *cosmo* berusaha mempertahankan diri sebagai *partner* dan *service magazine* yang selalu membimbing dengan rangkaian artikel dan tumpukan tips-tips jitu di tiap edisi, dengan penuturan yang lebih ringkas, padat dan dengan isu yang cukup menarik *cosmo* dengan kemampuannya juga berusaha untuk membentuk dan memobilisasi opini pembacanya agar menjadi *fun fearless female* sejati.

Fun fearless female sejati identik dengan wanita modern. Kata modern itu sendiri seperti yang diungkapkan Crittenden (2002) seringkali merujuk kenyataan makna yang bertentangan dengan tradisional, sehingga menempatkan dua titik tolak berlawanan, pertentangan atau kontradiksi nilai berbeda. Yang satu bertendensi kemajuan, sebaliknya yang lainnya

bertendensi keterbelakangan. Wanita modern, dicirikan bukan hanya penampakan fisik penampilan tetapi juga tipikal wanita yang menolak kodrati atau tradisi semata-mata pencarian eksistensial diri di hadapan asumsi kesamaan gender. Cara pandang wanita modern jauh berbeda dengan wanita tradisional yang bersikukuh dengan nilai-nilai domestik sebagai pilihan satu-satunya.

Wanita modern *fun fearless female* sejati memiliki kebutuhan informasi yang berbeda dengan kebutuhan wanita sebelumnya. Sekelompok wanita modern ini umumnya berpendidikan bagus, memiliki karier yang baik, secara keuangan independen, hidup di kota-kota besar dengan gaya hidup kota besar dan memiliki daya beli yang tinggi serta sanggup menjalankan kehidupannya dalam berkarier dan berkeluarga secara bersamaan tanpa harus mengorbankan salah satunya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana konstruksi wanita Indonesia modern dalam majalah *Cosmopolitan* Indonesia ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana konstruksi wanita Indonesia modern dalam majalah *Cosmopolitan* Indonesia.

D. Kerangka Teori

1. Media Sebagai Alat Sosialisasi Ideologi

Antonio Gramsci melihat media sebagai ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini berarti di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain media juga bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kepentingan kelas dominan, sekaligus juga bisa menjadi instrumen perjuangan bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan. Media massa bukan sesuatu yang bebas, independent, tetapi memiliki keterkaitan dengan realitas sosial. Jelasnya ada berbagai kepentingan yang bermain dalam media massa. Di samping kepentingan ideologi antara masyarakat dan negara, dalam diri media massa juga terselubung kepentingan yang lain, misalnya kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan (*sustainability*) lapangan kerja bagi para karyawan dan sebagainya. Dalam kondisi dan posisi seperti ini, media massa tidak mungkin berdiri statis di tengah-tengah, dia akan bergerak dinamis di antara pusaran-pusaran kepentingan yang sedang bermain. Kenyataan inilah yang menyebabkan bias berita di media massa adalah sesuatu yang sulit dihindari (Sobur,2001:30).

Derajat bias media ini, setidaknya dipengaruhi oleh tiga hal: kapasitas dan kualitas pengelola media, kuatnya kepentingan yang sedang

bermain dalam realitas sosial serta taraf kekritisannya dari masyarakat (Al-Zastrouw dalam Sobur,2001:35).

Isi media dalam hal ini majalah pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa merupakan alat untuk merepresentasikan realitas, yang bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan tentang realitas yang dikonstruksikannya.

Ada berbagai cara media massa mempengaruhi bahasa dan makna ini, antara lain dengan menggambarkan kata-kata baru beserta makna asosiatifnya, memperluas makna dari istilah-istilah yang ada, mengganti makna lama sebuah istilah dengan makna baru dan memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa (DeFleur dan Ball-Rokeach 1989 : 267 dalam Sobur, 2001 : 90).

Dengan demikian, penggunaan bahasa tertentu jelas berimplikasi atau memiliki hubungan keterkaitan terhadap munculnya makna tertentu. Pilihan kata dan cara penyajian suatu realitas turut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus menentukan makna yang muncul darinya., bahasa tidak hanya mampu mencerminkan realitas, tetapi sekaligus menciptakan realitas (Hamad 2001 : 57 dalam Sobur, 2001 : 90).

2. Konstruksi Realitas Sosial

Manusia dianggap sebagai makhluk yang paling kreatif dalam kedudukannya dibandingkan dengan makhluk lain di dalam realitas sosial. Dalam banyak hal manusia memiliki kebebasan dalam menentukan tindakan. Melalui kekuatan media, salah satu di antaranya yaitu majalah, manusia memindahkan realitas sosial ke dalam tulisan dan gambar dengan melakukan perubahan citra pada masyarakat pembaca.

Menurut Ritzer, individu ditempatkan sebagai manusia yang bebas dalam hubungan antara individu dengan masyarakat. Individu dalam eksistensi dunia sosialnya dijadikan panglima yang dikonstruksikan berdasarkan kehendaknya, bahwa individu bukan korban fakta sosial, namun mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dan mengkonstruksi dunia sosialnya (Bungin, 2001 : 8).

Realitas dalam pandangan paradigma definisi sosial adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Sedangkan dunia sosial itu seperti yang dimaksud oleh George Simmel (Veeger dalam Bungin, 2001 : 9), adalah realitas dunia sosial yang berdiri sendiri di luar individu, bahwa realitas itu “ada” dalam diri sendiri (individu) dan hukum yang menguasainya. Dengan kata lain, bahwa segala sesuatu yang ada dalam realitas sosial itu ditentukan dan dikendalikan oleh aturan-aturan yang ada.

Jadi, dalam dunia nyata, realitas sosial itu tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realitas. Realitas sosial memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan

secara subyektif oleh individu lain, sehingga menempatkan realitas itu secara obyektif. Realitas itu ada karena adanya hubungan interaksi antar individu sehingga terbentuk sebuah realitas sesuai dengan kenyataan.

Istilah Konstruksi sosial atas realitas (*social of reality*) diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman (1996) melalui bukunya *The Social Construction of Reality : A Treatise in The Sociological of Knowledge*, dalam edisi bahasa Indonesia berjudul “Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan”. Berger dan Luckman menggambarkan proses sosial terjadi melalui tindakan dan interaksi, dimana individu secara terus menerus menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. (Sobur, 2001 : 91)

Dalam menjelaskan realitas sosial, Berger dan Luckman memisahkan pemahaman antara “kenyataan” dengan “pengetahuan”. Kenyataan diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas, yang diakui memiliki keberadaan (*being*), serta tidak bergantung kepada kehendak sendiri, atau tidak dapat ditiadakan meskipun hanya sekedar melalui angan-angan. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik (Sobur, 2001 : 91).

Berger dan Luckman menjelaskan bahwa instruksi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara obyektif, namun pada kenyataannya, semua dibangun dalam definisi subyektif melalui proses interaksi. Obyektifitas dapat terjadi apabila

melalui penegasan berulang-ulang, yang diberikan oleh orang lain yang memiliki definisi yang sama. Pada tingkat generalitas atau tingkatan umum yang paling tinggi, manusia menciptakan dunia dalam makna simbolik yang universal atau secara menyeluruh, yaitu pandangan hidupnya yang menyeluruh, yang melegitimasi (mengesahkan) dan mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberi makna pada berbagai bidang kehidupan (Sobur, 2001 : 91).

Hal tersebut menjelaskan bahwa telah terjadi dialektika antara individu yang menciptakan masyarakat dan masyarakat yang menciptakan individu. Dialektika tersebut melalui proses :

- a. *Eksternalisasi*, yaitu penyesuaian diri dengan sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antar individu satu dengan individu yang lain melalui lingkungan intersubektivitas (interaksi antar masyarakat). Eksternalisasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosiokulturalnya. Dengan kata lain eksternalisasi terjadi pada tahap yang paling mendasar, dalam satu pola interaksi antar individu dengan produk-produk sosial. Dari proses tersebut dimaksudkan, ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang dijadikan sebagai kebutuhan oleh individu, maka produk sosial tersebut menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang. Contoh, ketika seseorang datang ke sebuah lingkungan yang baru, dimana lingkungan tersebut memiliki kebudayaan atau aturan-aturan yang berbeda-beda dari lingkungan yang ditempati sebelumnya. Misalnya di

dalam lingkungan masyarakat Yogya, di mana masyarakatnya menerapkan sebuah peraturan, yaitu waktu berkunjung atau bertamu yang dibatasi dari jam tujuh malam sampai jam sembilan malam. Peraturan itu sudah dianggap sebagai sesuatu yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian individu mau tidak mau akan melakukan penyesuaian diri dengan peraturan itu, yang dimulai dari interaksi antar individu yang satu dengan peraturan itu, yang dimulai dari interaksi antar individu yang satu dengan yang lain dalam dunia interaksi masyarakat, sehingga peraturan itu pada akhirnya menjadi sesuatu yang penting bagi kehidupan seseorang.

- b. *Obyektivasi*, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Pada tahap ini produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan atau mewujudkan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsen, maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Seperti melalui opini masyarakat tentang produk sosial tanpa harus melalui tatap muka dengan pencipta produk sosial, serta melalui pensignifikasian atau penandaan simbol-simbol. Dalam hal ini bahasa sebagai alat dalam memahami signifikasi makna. Contohnya peraturan waktu berkunjung atau bertamu diwujudkan oleh individu dengan mematuhi aturan tersebut demi menciptakan rasa

aman serta nyaman, baik bagi masyarakat ataupun bagi individu lain (Bungin, 2001 : 16).

- c. *Internalisasi*, yaitu proses individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial, dimana individu menjadi anggota masyarakat. Proses internalisasi merupakan proses pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna, atau secara umum dapat diartikan sebagai pemahaman mengenai “sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain serta pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial. Contoh, jika individu bertamu di tempat seseorang, dan ternyata individu tersebut sampai waktu yang ditentukan belum juga pulang. Dengan demikian individu tersebut dipahami telah melanggar aturan. Tetapi sebuah pemahaman tidak selalu sama, bisa saja individu itu bertamu ditempat saudaranya atau ditempat sahabat lamanya sehingga waktu berkunjungnya melampaui diri yang ditentukan (Bungin, 2001 : 19).

Menurut Berger dan Luckman, pengetahuan adalah realitas sosial dari masyarakat. Realitas sosial tersebut merupakan pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang dalam masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, serta wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial itu dikonstruksi melalui proses dialektika, dimana konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, tetapi sarat dengan kepentingan-kepentingan (Sobur, 2001 : 91).

Realitas sosial seperti yang dimaksudkan oleh Berger dan Luckman, terdiri dari “realitas obyektif”, yaitu realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini yang dianggap sebagai kenyataan. “Realitas simbolik” merupakan ekspresi simbolik dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan “realitas subyektif” adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyebaran kembali realitas obyektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi (Sobur, 2001 : 92).

Dengan memandang masyarakat sebagai proses yang berlangsung dalam tiga momen dialektik yang simultan, maka yang dinamakan realitas sosial adalah suatu konstruksi sosial buatan masyarakat sendiri dalam perjalanan sejarahnya di masa silam, kemasa kini menuju kemasa depan.

3. Ideologi Patriarki

Jullet Mitchell (1994) mendeskripsikan patriarki dalam suatu term psikoanalisis yaitu “*the law of the father*” (hukum ayah), yang berarti segala aturan berada ditangan ayah sebagai kepala rumah tangga, yang masuk ke dalam kebudayaan melalui bahasa atau proses simbolik lainnya. Menurut Heidi Hartmann (1992), salah seorang feminis sosialis, patriarki adalah relasi hierarkis antara pria dan wanita dimana pria lebih dominan dan wanita menempati posisi subordinat. Menurutnya, patriarki adalah suatu relasi hirarkis dan semacam forum solidaritas antar pria yang mempunyai landasan material serta memungkinkan mereka untuk mengontrol wanita. Sedangkan menurut Nancy Chodorow (1992),

perbedaan fisik secara sistematis antara pria dan wanita mendukung pria untuk menolak feminitas dan untuk secara emosional berjarak dari wanita dan memisahkan pria dan wanita. Konsekuensi sosialnya pria mendominasi wanita (<http://www.kunci.or.id> dikutip tgl. 10 September 2004).

Superioritas pria atau wanita bisa diurutkan mulai dari jaman penciptaan Adam dan Hawa, jaman filosofis Yunani Kuno sampai jaman modern. Pria dan wanita tidak hanya dianggap sebagai makhluk yang berbeda, tapi juga sebagai seks yang berlawanan. Sebuah pertemuan antara pria dan wanita adalah “pertemuan seks” (*the battle of the sexes*). Pria dan wanita diprioritaskan dalam kebudayaan sebagai sesuatu yang berlawanan dan tidak memiliki kesamaan. Pythagoras (1993), seperti dikisahkan Aristoteles, membuat pengklasifikasian hal-hal atau elemen-elemen yang berlawanan (oposisi biner). Dari pengklasifikasian tersebut, dikatakan bahwa pria dan wanita tidak hanya ditetapkan sebagai sesuatu yang “berbeda” tetapi “berlawanan”. Perbedaan antara Pria dan wanita tidak hanya diasosiasikan dari perbedaan-perbedaan fisik saja tetapi juga bisa dihubungkan dengan persoalan-persoalan lainnya. Misalnya, pria diasosiasikan dengan segala sesuatu yang *light, good, right*, dan *one*. Semua metafora yang dikenakan pada laki-laki adalah yang berkenaan dengan makna Tuhan. Sementara wanita misalnya diidentifikasi dengan sesuatu yang *bad, left, oblong*, dan *darkness*. Seperti halnya Pythagoras, Aristoteles juga beranggapan bahwa pria lebih tinggi kedudukannya dari wanita. Dikatakan pula bahwa, secara natural, laki-laki

itu superior, dan perempuan itu inferior. Yang superior mengatur inferior, dan inferior harus rela untuk diatur. Secara natural pria dan wanita adalah bermakna superior dan inferior, pengaturan dan yang diatur, jiwa dan tubuh, akal dan nafsu, manusia dan binatang, makhluk bebas dan budak. Wanita dipandang sebagai makhluk pria yang impoten. Wanita adalah makhluk terdingin dan terlemah dialam, bahkan untuk melihat segala kekurangan alam tinggal mengamati karakter wanita (<http://www.kunci.or.id> dikutip tanggal 10 September 2004).

Alam pemikiran modern tampaknya terus berpijak pada pemikiran-pemikiran sebelumnya, yakni wanita selalu menjadi nomor dua, sehingga gagasan tentang perbedaan pria dan wanita tidak mengalami perubahan. Bahkan JJ. Rousseau (1993), salah seorang pemikir revolusi Perancis melalui karyanya *The Social Contract*, mengatakan bahwa “pria dilahirkan bebas dan membelenggu”. Dalam argumen Rosseau yang lain, dikatakan pula bahwa :

“Pendidikan seorang wanita harus direncanakan dalam hubungannya dengan laki-laki. Untuk terlihat menyenangkan dalam pandangan pria, untuk memenangkan kehormatan dan cintanya, mendidik pria ketika kecil, menjaganya ketika dewasa dan menghibur, membuat kehidupan (pria) menyenangkan dan bahagia, inilah seorang wanita sepanjang waktu, dan harus dipelajari ketika masih muda.” (<http://www.kunci.or.id> dikutip tanggal 10 September 2004)

Simon de Beauvoir (1981), dalam *The Second Sex* memberikan contoh wujud patriarki ini dalam bermacam-macam kebudayaan di dunia. Beauvior menyatakan di negara Arab misalnya, seorang anak wanita yang baru lahir sebisa mungkin akan disingkirkan karena semua bayi

perempuan dianggap tidak menguntungkan dibandingkan jika mempunyai anak laki-laki. Di negara-negara Asia dan diberbagai kebudayaan yang lain, yakni ketika seorang anak perempuan masih berusia remaja, seorang ayah memegang kendali penuh atas hidupnya sampai remaja tersebut menikah, dan kontrol tersebut akan berpindah tangan pada suaminya. Di Tunisia, masih menjadi pemandangan sehari-hari, dimana para istri bekerja keras menyiapkan makanan di dapur atau sibuk mengurus anak-anaknya sementara para suami, si pria asyik bergerombol dengan teman-temannya, sesama pria di warung-warung atau pasar-pasar yang sedang membicarakan dan mendiskusikan tentang dunia. Masyarakat India, seperti yang diceritakan Kamla Bhasin (1996), mengenai konsep Pativrata (kesetiaan ibu). Konsep tersebut ditanamkan dalam setiap kepribadian wanita terhadap suatu pemahaman, yaitu dengan “apa wanita menerima dan bahkan menginginkan kesucian dan kesetiaan ibu sebagai ekspresi tertinggi dari kepribadian mereka”. Dengan konsep itu para wanita India menerima begitu saja perlakuan apapun dari para suami, karena yang terpenting bagi mereka adalah menjunjung tinggi Pativrata. Karena konsep itu disosialisasikan sendiri oleh kaum wanita India, maka status rendah wanita menjadi tidak terlihat dan patriarki pun tegak sebagai ideologi menjadi terlihat ilmiah (<http://www.kunci.or.id> dikutip tgl. 10 September 2004).

Partriarki dikonstruksikan, dilembagakan dan disosialisasikan melalui institusi-institusi yang dilibatkan dalam kehidupan sehari-hari,

seperti keluarga, sekolah, masyarakat, agama, tempat kerja sampai pada kebijakan negara. Sylvia Walby (1993), membuat teori tentang patriarki. Menurut Sylvia patriarki dibedakan menjadi dua, yaitu patriarki privat, yang berasal dari rumah tangga, di mana awal kekuasaan pria atas wanita. Sedangkan patriarki publik, yaitu yang menempati wilayah-wilayah publik, seperti lapangan pekerjaan dan negara. Inti dari teori ini adalah telah terjadi ekspansi (perluasan wilayah) wujud patriarki, dari ruang-ruang pribadi ke ruang privat seperti keluarga dan agama ke wilayah yang lebih luas yaitu negara. Ekspansi ini menyebabkan patriarki terus-menerus mencengkeram dan mendominasi, baik kehidupan pria maupun wanita. Ekspansi dalam patriarki ini merupakan pemegang baik dalam struktur kekuasaan maupun kondisi-kondisi di masing-masing wilayah, baik wilayah privat ataupun publik. Dalam wilayah privat pemegang kekuasaan berada ditangan individu yaitu pria, dan yang memegang wilayah kekuasaan berada ditangan kolektif, yaitu manajemen negara dan pabrik, yang tentunya berada ditangan orang banyak (<http://www.kunci.or.id> dikutip tgl. 10 September 2004).

Kekuasaan atas pria terhadap wanita di dalam budaya masyarakat tersebut, pada akhirnya menimbulkan tudingan dan penstereotipan bahwa pria yang selalu konstruksikan serta diciptakan sebagai sosok yang maskulin, sehingga oleh para kaum feminisme maskulinitas seringkali dianggap sebagai aktor atau dalang munculnya fenomena peperangan, bahwa perang dan permusuhan diakibatkan oleh pria. Sifat maskulin yang menjangkit di mana-mana kemudian diidentikkan dengan sifat agresif,

menguasai, dan menindas pihak lain. Dengan sikap tersebut, konflik diasumsikan agar ada pihak yang menang dan kalah. Sementara pihak yang menjadi korban dianggap bisa saja abaikan, sehingga sering terjadi sulitnya tercapai perdamaian (<http://www.kompas.com> dikutip tgl. 10 September 2004).

4. Wanita Indonesia Tradisional vs Wanita Indonesia Modern

Fenomena wanita yang bekerja di luar rumah oleh banyak pihak memang masih dianggap sebagai sesuatu yang relatif baru bagi masyarakat, karena baik di dunia Barat maupun Timur, wanita digariskan untuk menjadi istri dan ibu. Sejalan dengan ini stereotip yang dikenakan pada wanita adalah makhluk yang emosional, pasif, lemah, dependen, dekoratif, tidak asertif dan tidak kompeten kecuali untuk tugas rumah tangga. Sedangkan suami harus menanggung keluarga secara materi, hingga statusnya lebih tinggi. Mereka juga mempunyai hak untuk mengendalikan wanita, pandangan ini juga terdapat di lingkungan masyarakat Jawa. Wanita dianggap sebagai *konco wingking* (teman belakang), bahkan ada istilah *swargo murut neroko katut* (kesurga atau ke neraka, istri hanya mengikuti suami).

Dengan demikian biasanya wanita disosialisasikan untuk berperan sebagai istri dan ibu. Mereka dipersiapkan untuk menjadi makhluk yang patuh dan tidak asertif. Ini tentu sangat bertolak belakang dengan sifat yang dinilai tinggi dalam berkarier seperti agresif, ambisius, produktif dan

sebagainya. Mungkin dari sinilah berawal isu bahwa wanita yang bekerja di luar rumah hanyalah sekedar menjalankan pekerjaan (*do a job*) dan bukan berkarier (*make a career*).

Dalam setiap tahap perkembangan masyarakat, wanita senantiasa memerankan fungsi ganda, yakni sebagai ibu (rumah tangga) dan sebagai penyokong kehidupan sosial ekonomi keluarga. Dalam literatur berbagai peran wanita di berbagai masyarakat terlihat adanya satu perkembangan evolusioner dalam kesadaran diri wanita. Dalam masyarakat tradisional agraris di pedesaan terutama yang masih berada dalam tingkatan “hidup subsisten” (*subsistence*) kesadaran wanita terpusat pada “*pengabdian diri pada keluarga*” (*family devotion*). Maka alasan utama dan nilai dasar dari kerja keras wanita adalah “*pengabdian diri demi kelangsungan keluarga*” (*family survival*). Fungsi sebagai ibu rumah tangga dan mengasuh anak merupakan fungsi alamiah yang tidak perlu dipikirkan - apalagi dipertanyakan - sehingga juga tidak menimbulkan persoalan. Sebaliknya dalam masyarakat modern - industrial perkotaan khususnya di masyarakat paska industri - fokus kesadaran wanita ada pada “*perwujudan cita-cita*” *self actualization*” sesuai dengan martabatnya. Maka nilai yang mendasari kerja kerasnya adalah demi pengembangan martabat (*personal growth*), (Hardjana, 1998:91)

Perkembangan masyarakat, bertolak dari tahapan tradisional-agraris menuju ke modern-industrial, yang disebut industrialisasi. Implikasinya kesadaran wanita dalam nilai kerja juga berkembang dari fokus ekonomi yang konkret “demi kelangsungan hidup keluarga” ke

fokus psikologi “demi pengembangan martabat” yang relatif abstrak. Dalam tatanan nilai, kelangsungan hidup adalah kebutuhan dasar sedang pengembangan martabat adalah kebutuhan puncak menurut model “hierarki kebutuhan” yang dicetuskan Abraham Maslow dengan *Maslow's Holistic Dynamic Theory*, yang menentangahkan lima jenis kebutuhan.

Pertama, adalah kebutuhan fisiologis (*physiological needs*) atau kebutuhan biologis yang berhubungan dengan kelangsungan hidup manusia.

Kedua, adalah kebutuhan keamanan (*safety needs*) yang meliputi kebutuhan akan rasa aman dan bebas dari rasa takut atau tindak kekerasan.

Ketiga, adalah kebutuhan cinta (*love needs*) yang menyatakan kebutuhan untuk dicintai dan mencintai.

Keempat, adalah kebutuhan penghargaan (*esteem needs*) menjurus pada rasa percaya diri dan rasa diri berharga, diakui dan dihormati.

Kelima, adalah kebutuhan wujud diri (*self-actualization needs*), merupakan kebutuhan yang akan muncul apabila kebutuhan-kebutuhan yang lain telah terpenuhi. Syaratnya adalah kebebasan berbicara, kemerdekaan intelektual, hak untuk mempertahankan diri, serta hak untuk memperoleh keadilan, kejujuran dan ketertiban (Effendy, 1993:78).

Secara psikologis orang yang bekerja akan mendapatkan suatu penghargaan terhadap dirinya. Ada kebanggaan tersendiri jika seseorang dapat melakukan atau membeli suatu barang dari penghasilannya, untuk mencukupi kebutuhan pribadinya, atau bahkan keluarganya tanpa harus bergantung pada orang lain. Kebutuhan seseorang akan aktualisasi diri

akan tercapai tanpa batas apabila ia bekerja dan berkarir, memiliki penghasilan sendiri, mandiri dan tidak tergantung pada siapapun. Hal ini merupakan pilihan yang sudah seharusnya diambil oleh siapapun, termasuk wanita Indonesia saat ini, yang memiliki mental modern (*personal modernity*).

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji bagaimana konstruksi wanita Indonesia modern dalam majalah *Cosmopolitan Indonesia* dengan analisis kualitatif menggunakan metode semiotik yang dikembangkan Roland Barthes.

Pada dasarnya studi media massa mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya, karena sesungguhnya semiotika komunikasi, seperti halnya basis studi komunikasi, adalah proses komunikasi dan intinya adalah makna. Dengan kata lain mempelajari media adalah mempelajari makna-dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri (Sobur, 2003 : 110).

Media massa seperti apa yang diungkapkan oleh Stuart Hall (1997 : 34), merupakan tempat di mana totalitas sosial, bentuk-bentuk gambaran dan bentuk representasi berlangsung. Representasi ini bukan hanya mengungkapkan identitas media, tetapi juga dapat mengungkapkan bagaimana sebuah makna diproduksi dan dikonstruksi. Pendekatan

konstruksionis dalam representasi melihat bahwa sebuah makna dapat dibentuk dalam sistem semiotik melalui medium bahasa. Bahasa menjadi sebuah medium bagi sebuah makna dan tanda. Dari sinilah penulis menganggap bahwa semiotik adalah merupakan sebuah kajian yang tepat untuk mengungkap berbagai realitas sosial yang terepresentasi dalam kehidupan lewat tanda-tanda. Penggunaan analisis semiotik dirasa relevan dengan tujuan penelitian yang akan dicapai yaitu untuk mengetahui konstruksi wanita Indonesia modern dalam majalah cosmopolitan Indonesia, karena analisis ini dapat digunakan sebagai suatu pendekatan dalam rangka mencari makna yang tersembunyi dalam teks media.

Makna di dalam media komunikasi ditandai oleh kita. Hal ini bisa dianggap sebagai dasar dari studi komunikasi, di mana penandaan dapat terjadi dengan pelbagai cara karena itu, pemahaman dan analisis dari tanda-tanda yang spesifik, amatlah krusial untuk mengerti pesan dan makna pesan tersebut. Sejumlah tanda akan selalu menambahkan makna yang utuh dalam pesan. Sementara itu sekumpulan tanda dalam bentuk yang khusus seperti wicara, tulisan, dan gambar disebut dengan (*code*). Kode disebut juga dengan sistem signifikansi sejauh ia merangkaikan kenyataan yang ada dengan unit-unit yang tidak ada. Jika sesuatu yang benar-benar tersaji pada persepsi orang yang dituju mewakili sesuatu yang lain, itu berarti ada signifikansi.

Semiotika secara lebih sederhana dapat diartikan sebagai studi tentang tanda (*the study of sign*). Semiotika ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda, simbol dan segala sesuatu yang berhubungan

dengannya, seperti : cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, dan penerimaan dengan mereka yang mempergunakannya (Zoest, 1991 : 5). Sign yang dipelajari dalam semiotik, di dalamnya termasuk kata, gambar, kesan bunyi, bahasa tubuh serta obyek lainnya yang tidak berdiri sendiri namun menjadi bagian dalam sistem tanda. Singkatnya semiotika mempelajari bagaimana makna dibuat dan juga tidak hanya berhubungan dengan komunikasi, tetapi juga konstruksi dan menjaga realitas. Titik perhatian semiotika adalah pada hubungan antar tanda dan maknanya dan bagaimana cara tanda itu dikombinasikan ke dalam kode-kode (Fiske, 1978 dalam Sobur, 2001). Semiotik menunjukkan bahwa teks itu sendiri sebenarnya hanya merupakan perlambangan dari dominasi unsur-unsur lain atau dengan kata lain teks sebagai tanda itu sebenarnya hanyalah bentuk fisik yang dibentuk dan mengacu dari sesuatu dibelakangnya.

Penggunaan semiotik sebagai pendekatan untuk menganalisa teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Teks media yang tersusun terdiri atas seperangkat tanda yang tidak pernah membawa makna tunggal, kenyataannya selalu terbentuk ideologi dominan dalam suatu teks media melalui tanda.

Pada dasarnya penelitian semiotik lebih menekankan perhatian mengenai apa yang disebut lambang-lambang yang mengalami “retak teks”. Maksud “retak teks” di sini adalah bagian (kata, istilah, kalimat, paragraf) dari teks yang ingin dipertanyakan lebih lanjut dicari tahu artinya atau maknanya. Dengan mengamati tanda-tanda (sign) yang terdapat dalam sebuah teks (pesan) kita dapat mengetahui ekspresi emosi

dan kognisi si pembuat teks atau pembuat pesan itu, baik secara denotatif, konotatif, bahkan mitologis (Eriyanto, 2001 : 122).

2. Objek Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis artikel-artikel yang menjadi tema utama dalam 12 edisi Majalah *Cosmopolitan* edisi Januari – Desember 2003, untuk mengetahui bagaimana *Cosmopolitan* Indonesia mengkonstruksikan wanita Indonesia modern.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode dokumentasi dengan mengumpulkan artikel-artikel dari 12 edisi Majalah *Cosmopolitan* Indonesia periode Januari-Desember 2003.

Data-data lain dikumpulkan melalui sumber-sumber tertulis, seperti buku, majalah, jurnal maupun karya ilmiah untuk memahami latar belakang penelitian.

4. Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis semiologi yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Barthes dikenal melalui analisa tekstual (*textual analysis*) yang dikembangkannya. Analisa struktural yang dikembangkan Barthes ini digunakannya sebagai pisau bedah untuk menganalisis berbagai bentuk naskah, maupun ayat-ayat dari kitab injil. Semua narasi itu dipandang dan diperlakukan sama oleh

Barthes dengan bantuan semiologi yang dikembangkannya (Kurniawan : 2001 : 88). Secara sederhana analisa naratif struktural dapat disebut juga sebagai semiologi teks karena memfokuskan diri pada naskah. Intinya sama, yakni mencoba memahami makna suatu karya dengan menyusun kembali makna-makna yang tersebar dalam karya tersebut dengan suatu cara tertentu.

Persoalannya adalah tidak adanya suatu mesin pembaca makna. Mesin penterjemah memang ada, tetapi mesin ini hanya mentransformasikan makna-makna denotatif atau makna lateral dan bukan makna-makna kedua atau makna konotatif atau makna pada level asosiasi dari sebuah teks (sistem retorik).

Dengan demikian, maka metode dalam mendekati suatu teks atau menilainya dilihat dari bagaimana pembaca memproduksi makna (tingkat kedua) itu. Barthes mengajak untuk menilai suatu teks dengan dua cara : *writerly text* dan *readerly text*. *Writerly text* adalah novelistik tanpa novel, perpuisian tanpa puisi, esai tanpa disertasi, tulisan tanpa gaya, produksi tanpa produk, strukturalis tanpa struktur dan *readerly text* adalah produk-produk dan bukan produksi (Kurniawan, 2001 : 90). Dapatlah dipahami bahwa *writerly text* adalah apa yang ditulis pembaca sendiri terlepas apa yang ditulis pengarangnya. Sedangkan *readerly text* adalah apa yang dapat dibaca, tetapi tak dapat ditulis, yakni teks terbaca yang merupakan nilai reaktif dari *writerly text*. Barthes sendiri memilih *writerly text* sebagai penilaian. Hal ini karena Barthes beralasan karena tujuan dari karya sastra adalah untuk membuat pembaca tak selamanya seorang konsumen, tapi

seorang produsen teks. Pergeseran pusat dari perhatian kepada pengarang (*author*) kepada pembaca merupakan konsekuensi logis dari semiologi Barthes yang menekankan semiologi derajat ke dua yang memberi peran besar bagi pembaca untuk memproduksi makna.

Di mata Barthes, suatu karya atau teks merupakan sebetuk konstruksi belaka. Bila hendak menemukan maknanya, maka yang dilakukan adalah rekonstruksi dari bahan-bahan yang tersedia, yang tak lain adalah teks itu sendiri. Sebagai sebuah proyek rekonstruksi, maka pertama-tama teks tersebut dipenggal-penggal dahulu menjadi beberapa leksia atau satuan bacaan tertentu. Leksia ini dapat berupa satu kata, beberapa kata, satu kalimat, beberapa kalimat, sebuah paragraf atau beberapa paragraf.

Dengan memenggal-menggal teks tersebut maka pengarang tak lagi jadi perhatian. Maksud dari pengarang yang selama ini dijadikan pusat perhatian dalam upaya menginterpretasikan suatu teks sudah ditinggalkan. Teks ini bukan lagi milik pengarang, tetapi sudah menjadi milik pembaca. Dengan demikian tak perlu lagi bersibuk diri mencari-cari makna (yang mungkin) disembunyikan pengarang, tetapi bagaimana pembaca memproduksi makna tersebut.

Semiologi dengan kata lain berupaya melakukan pembebasan makna, karena selama ini makna telah dijajah oleh sistem-sistem yang telah mapan yang hanya menghasilkan interpretasi tunggal yang dianggap benar dan tuntas. Pembebasan makna ini dimungkinkan dengan

penggandaan tulisan dari sebuah teks, yang berarti pula membuka eksistensi tulisan secara total. Di sana berdirilah bukan pengarangnya tetapi pembaca. Pembaca adalah ruang tempat semua kutipan yang menciptakan sebuah tulisan dilukiskan tanpa satupun dari mereka hilang, karena kesatuan teks terletak bukan hanya pada asal-usulnya, tetapi pada tempat tujuannya (Kurniawan, 2001 : 95).

Dalam penelitian ini, akan dianalisis wacana wanita Indonesia modern menurut majalah *cosmopolitan* dalam artikel dengan isu karir dan *sex and relationship*. Kedua artikel ini akan diinterpretasikan dengan cara mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam artikel dengan isu karir dan *sex and relationship* dengan memenggal artikel menjadi korpus-korpus, untuk mengetahui makna-makna yang dikonstruksi di dalam artikel tersebut, baik makna denotatif maupun makna konotatifnya. Berdasarkan korpus-korpus tersebut maka dapat diketahui makna denotatif yaitu berdasarkan tema-tema yang diusung oleh *Cosmopolitan* dalam artikel-artikel utamanya dengan issue karir dan *sex and relationshi*. Kemudian dengan mengetahui makna denotatif dari artikel-artikel *Cosmopolitan* dengan issue karir dan *sex and relationship* maka kita dapat menganalisis makna-makna kedua atau makna konotatif atau makna pada level asosiasif dari sebuah teks (sistem retorik) yang terdapat dalam artikel-artikel tersebut. Sehingga dengan menganalisis makna-makna kedua atau makna konotatif atau makna pada level asosiasif dari sebuah teks (sistem retorik) kita dapat mengkonstruksi wanita Indonesia modern dilihat dari karir dan *sex and relationship* menurut majalah *Cosmopolitan*.