

Makna Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia

(Analisis Semiotik tentang Gaya Hidup Remaja Perempuan dalam Sampul Majalah
Cosmogirl Indonesia Tahun 2009)



Skripsi

Disusun Oleh:

**Fausta Christy Advent
D0205068**

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh
gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2010

commit to user

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
dan siap diuji oleh Dewan Penguji Skripsi
pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta



Pembimbing,

Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.Si.
NIP. 19580617 198702 1 001

PENGESAHAN

Telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal :

Panitia Penguji :

1. Prof. Drs. H. Pawito, Ph.d
NIP. 19540805 198503 1 002
sebagai Ketua (.....)
2. Mahfud Anshori, S.Sos
NIP. 19790908 200312 1 001
sebagai Sekretaris (.....)
3. Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.Si
NIP. 19580617 198702 1 001
sebagai Penguji (.....)

Mengetahui

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Drs. H. Supriyadi SN, SU
NIP 19530128 198103 1 001

MOTTO

❖ *Mama always said life was like a box of chocolates. You never know what you're gonna get.*

(Forrest Gump)

❖ *Without passion, you don't have energy, without energy you have nothing. Nothing great in the world has been accomplished without passion.*

(Donald Trump)

PERSEMBAHAN



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah, berkat anugerah dan rahmatNya, akhirnya setelah melewati proses yang begitu panjang penulis bisa menyelesaikan skripsi berjudul: Makna Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia (Analisis Semiotik tentang Gaya Hidup Remaja Perempuan dalam Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009).

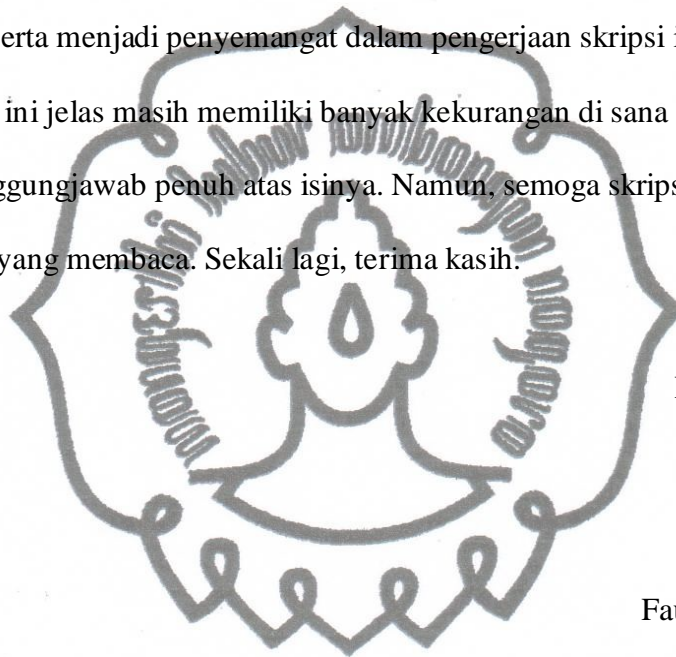
Sepenuhnya penulis menyadari bahwa ada begitu banyak perhatian dan bantuan yang penulis terima selama proses pengerjaan skripsi ini sehingga akhirnya meski melalui banyak hambatan dan kesulitan, semuanya mampu teratasi. Untuk semua itu maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluargaku: Bapak Simon Haryanto dan Ibu Etty Setyowati, dan Simon atas segala dukungan dan semangatnya selama ini.
2. Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Komunikasi yang telah banyak membantu dan membimbing Penulis selama masa studi.
3. Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.Si selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, masukan dan nasihat, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Drs. Haryanto, M.Lib selaku Pembimbing Akademik yang memberikan pengarahan dan saran yang membangun.
5. Segenap dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi atas pengetahuan yang diberikan selama masa studi dan semoga dapat menjadi ilmu yang bermanfaat.
6. Segenap karyawan di Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Teman-teman yang telah membantu dalam diskusi dan pencarian referensi untuk pengerjaan skripsi: Ajeng, Yunita, Annisa, Eko, Ari, Agnes, Depe, Firman,

Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2005. Terima kasih atas keluasan hati yang mampu memperkaya karya sederhana ini.

8. Para Sahabat Tercinta. Iek, Anggra, Woro, Oki, Sekar, Jepe, Bobby, teman-teman KOMALIK WMS, alumni IELSP Cohort 6, KMK FISIP. Melalui merekalah penulis mampu melalui proses jatuh bangun membangun semangat pembelajaran hidup serta menjadi penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini.

Skripsi ini jelas masih memiliki banyak kekurangan di sana sini dan sepenuhnya penulis bertanggungjawab penuh atas isinya. Namun, semoga skripsi ini mampu berguna bagi siapapun yang membaca. Sekali lagi, terima kasih.



Solo, 7 Oktober 2010

Penulis

Fausta Christy Advent

DAFTAR ISI

	HALAMAN
JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Kerangka Teori	
1. Sampul Majalah Sebagai Proses Komunikasi.....	16
a. Karakteristik Majalah	15
b. Gaya Hidup Remaja	22
c. Arti Penting Sampul Majalah	27
d. Citra Remaja Perempuan Dalam Majalah	38
2. Makna Sampul Majalah Melalui Pendekatan Semiotik	41
F. Kerangka Pemikiran	51
G. Kerangka Konsep	53
H. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian	54
2. Metode Analisis	54
3. Obyek Penelitian	55
4. Elemen Analisis	56

5. Jenis Data	57
6. Analisa Data	58
BAB II. DESKRIPSI OBYEK KAJIAN	
A. Perkembangan Industri Majalah di Indonesia	61
B. Sejarah Singkat Majalah Cosmogirl Indonesia	64
C. Karakteristik Majalah Cosmogirl Indonesia	65
D. Profil Majalah Cosmogirl Indonesia	66
E. Susunan Redaksi Majalah Cosmogirl Indonesia	66
F. Target Audiens Majalah Cosmogirl Indonesia	68
G. Rubrik Majalah Cosmogirl Indonesia	68
BAB III. ANALISIS DATA	
A. Logo dan Merk Dagang	75
B. Analisis Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009	77
1. Korpus 1 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Januari 2009	77
2. Korpus 2 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Februari 2009	84
3. Korpus 3 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Maret 2009	92
4. Korpus 4 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia April 2009	99
5. Korpus 5 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Mei 2009	105
6. Korpus 6 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Juni 2009	113
7. Korpus 7 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Juli 2009	120
8. Korpus 8 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Agustus 2009	127
9. Korpus 9 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia September 2009	135
10. Korpus 10 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Oktober 2009	142
11. Korpus 11 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia November 2009 ...	148
12. Korpus 12 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Desember 2009 ...	155
C. Analisis Mitos	161
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	165
B. Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	170

ABSTRAK

Fausta Christy Advent. D 0205068. MAKNA SAMPUL MAJALAH COSMOGIRL (Analisis Semiotik tentang Gaya Hidup Remaja Perempuan dalam Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009). Skripsi. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2010.

Gaya hidup menjadi sesuatu yang tak terpisahkan dari dunia remaja yang terus berkembang dan bergerak dinamis seiring perkembangan zaman saat ini. Remaja kebanyakan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri. Inilah alasan mengapa media dalam hal ini majalah yang mempunyai segmentasi remaja perempuan merasa perlu untuk memberikan informasi soal gaya hidup ini. Dan majalah Cosmogirl Indonesia merupakan salah satu majalah yang membawa informasi soal gaya hidup ini di tengah remaja perempuan, yang menjadikan penulis tertarik untuk mengkajinya lebih dalam.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna-makna apa yang terkandung pada sampul majalah Cosmogirl Indonesia dalam menginformasikan mengenai gaya hidup remaja perempuan. Jenis penelitian ini bersifat interpretatif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif (data yang bersifat tanpa angka-angka atau bilangan), sehingga data bersifat kategori substansif yang kemudian diinterpretasikan dengan rujukan, acuan, dan referensi-referensi ilmiah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotik. Analisis semiotik merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat pada suatu paket lambang-lambang pesan atau teks. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer: data yang diperoleh dari gambar sampul majalah Cosmogirl Indonesia tahun 2009. Jenis data sekunder: data yang diperoleh dari studi kepustakaan, informasi media massa yang berhubungan dengan objek penulisan ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis semiotik Roland Barthes. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009 yang akan dibahas lambang-lambang komunikasi yang mendukung terbentuknya makna sampul majalah tersebut, sehingga akan diperoleh makna denotasi dan konotasi dari hubungan keduanya.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa sampul majalah Cosmogirl Indonesia tahun 2009 yang digunakan sebagai korpus untuk menginformasikan gaya hidup remaja perempuan adalah pada elemen-elemen sampul majalah seperti ilustrasi visual dan teks verbal. Makna-makna yang bisa dibangun atas lambang-lambang tersebut adalah gaya hidup remaja perempuan yang banyak diwujudkan dengan aktivitas pengembangan diri, penampilan trendi, serta lekat dengan dunia hiburan, keterbukaan dan citra modern.

ABSTRACT

THE MEANING OF MAGAZINE COVER (Semiotic analysis about teen- girl- lifestyle on the Cosmogirl Indonesia magazine cover 2009)

Lifestyles become aspect that can not be separated from teen girls that keep developing and growing dynamically as nowadays world development. Mostly teen girls use the concept of lifestyle in order to describe their actions. This is the reason why magazine as one of the means of media give information about lifestyle. Cosmogirl Indonesia is one of that kind of magazine.

This research aims to find out the semiotic meaning of Cosmogirl Indonesia magazine covers in order to inform about teen girls lifestyle. This thesis uses descriptive qualitative. Data in this research is qualitative data (nonnumeric data), so that the data belong to substantive category which be interpreted to scientific references.

This research used semiotic analysis. Semiotic analysis is a method to analyze and to find the meanings toward symbols in abounded text or message. The category of data in this research is primary data; Cosmogirl Indonesia 2009 magazine cover. Secondary data is data from references study, mass media information which related to this research. Analyzing data used in this research is semiotic model by Roland Barthes. The object of this research is magazine cover of Cosmogirl Indonesia 2009, the analyzed data are the communicative symbols which support the development of meaning in those magazine covers, so it will be found the denotation and connotation meaning from the both relation.

Based on visualisation and verbal text of the magazine covers of Cosmogirl Indonesia 2009 that are used to inform teen girls lifestyle, the meaning of those symbols are teen girls lifestyles that are consist of self development activities, and closed to trendy look, entertainment, open minded, and modern image.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kelly Nault (2005) menyatakan bahwa para peneliti sepakat bahwa remaja perempuan adalah kelompok masyarakat yang selalu menfokuskan diri pada penampilan, terutama soal apa yang tidak ada dalam diri mereka. Para pemilik modal selalu mempunyai cara yang efektif untuk membuat remaja perempuan menghabiskan uang mereka dan uang orangtua mereka demi sebuah penampilan diri yang dianggap sempurna. Slogan *girl power* (kekuatan remaja perempuan) memang tidak asing terdengar di telinga mereka, demikian pula kata kurus dan seksi yang dihidupi remaja perempuan saat ini ([www. EzineArticles.com](http://www.EzineArticles.com)).

John McCusser menyatakan bahwa perempuan-perempuan muda masa kini kenyataannya tumbuh dalam sebuah lingkungan di mana ideologi feminis semakin terpecah dan terpaket dalam kemasan budaya Amerika. Lingkungan yang seperti ini memberi kondisi bagi terbentuknya bentuk baru dari emansipasi dan perlawanan perempuan, terutama bagi remaja kelas menengah yang memang sejak awal telah hidup dalam kondisi yang relatif tidak terlalu berbeda dengan teman laki-laki mereka. Akhirnya sulit bagi mereka untuk membayangkan penindasan yang sama dengan penindasan yang dialami oleh perempuan empat puluh tahun yang lalu. Di mata McCusser, kemudahan-kemudahan sosial, ekonomi, dan politik yang dialami pada remaja perempuan masa kini menyebabkan mereka lebih dekat pada feminisme populer. Atmosfer kultur populer dan

feminisme yang telah dikomodifikasi oleh media, terus-terusan ditampilkan media sebagai bagian sehari-hari remaja perempuan (Jurnal Perempuan No. 28, 2004 : 66).

Alia Swastika pernah melakukan penelitian terhadap posisi majalah GADIS sebagai media massa. Penelitian yang dimuat dalam Jurnal Perempuan No. 28 mengusung judul “Apakah Saya Feminis? Mengeja *Girl Power* Dalam Majalah Gadis”. Dalam penelitian tersebut didapatkan beberapa kesimpulan bahwa majalah GADIS sebagai media massa selalu dianggap sebagai sesuatu yang selalu menawarkan hal yang komersil, menjadi juru bicara bagi massa, serta menawarkan musik dan budaya populer yang sangat berguna bagi remaja. Di sini terlihat bahwa aktivitas remaja perempuan sebagai pembaca majalah tidak ada kaitannya dengan proses produksi tetapi hanya sebatas proses konsumsi (Jurnal Perempuan No. 28, 2004 : 74).

Penelitian Alia tersebut berdasar fakta di lapangan dimana melalui televisi dan media massa, sejak usia dini, perempuan telah diperkenalkan kepada sebuah kecantikan yang tak mungkin dicapai melalui boneka *Barbie* dengan postur tubuh yang sempurna. Menginjak usia remaja pun, mereka disebut sebagai Generasi MTV. Generasi yang dicitrakan sebagai kaum yang ceria, lincah, banyak teman, suka belanja, serta mahir berbahasa Inggris.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Emma Meilani. R dalam sebuah tesis yang berjudul “Penyebaran Budaya Populer di Kalangan Remaja, Analisis Semiotik terhadap Artikel *Fashion Diva*- Gaya Seleb di Majalah Cosmogirl”. Dalam tesisnya Emma Meilani menggunakan analisis semiotik Barthes untuk mengetahui penyebaran populer macam apa yang ditawarkan Cosmogirl Indonesia dan bagaimana Cosmogirl Indonesia

memasukkan unsur budaya populer sebagai pendukung gaya hidup lewat artikel *Fashion Diva- Gaya Seleb*. Dalam penelitian tersebut diperoleh kesimpulan bahwa maraknya media massa budaya populer dengan berbagai kepentingan memunculkan pemikiran pada remaja putri untuk gemar memperhatikan bahkan mengikuti perilaku atau dandanan bintang idolanya (Hersinta, Tesis, Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia, 2002).

Lalu mengapa remaja? Mengapa perempuan? Nina. M. Armando dalam tulisannya yang berjudul “Menjadi Pembelanja Yang Boros” mengutip pernyataan Naisbitt dan Aburdene (1990) bahwa kalangan muda adalah kalangan yang memang dipandang sebagai motor utama terbentuknya budaya global (Jurnal Perempuan No. 37, 2004 : 38). Ketika melalui proses peniruan dari Barat, remaja perempuan yang ada di Indonesia terkondisi untuk menempatkan dirinya sebagai bagian dari budaya global. Dalam sebuah dunia yang kian rumit seperti sekarang, perdagangan antar dunia dan penciptaan pasar yang meluberi batas-batas negara adalah sesuatu yang tak terhindarkan. Namun banyak negara Dunia Ketiga yang sebenarnya tak mampu bersaing. Mereka kian terpaksa sebagai konsumen, bukan produsen.

Adalah Theodore Levitt yang pada tahun 1983 menyajikan gagasan tentang terbentuknya sebuah pasar dunia, yaitu terbentuknya sebuah masyarakat dunia yang menginginkan hal yang serupa yang mereka dengar, lihat atau alami melalui teknologi media baru. Ia menulis bahwa hasilnya adalah sebuah realitas komersial baru- tumbuhnya pasar global bagi produk-produk konsumen standar dalam skala yang sebelumnya tak terbayangkan. Sebagai ilustrasi ia menunjukkan keberhasilan *McDonald's* dari Champ
commit to user

Elysees sampai ke Ginza, *Coca-cola* di Bahrain dan *Pepsi Cola* di Moscow, musik *rock*, salad Yunani, film Hollywood, kosmetik *Revlon*, televisi *Sony*, dan *Levi's* (Jurnal Perempuan No. 28, 2003 : 36).

Remaja perempuan juga tak ketinggalan untuk mengikuti budaya global ini. Mereka membeli tas *Channel*, minum kopi di *Starbuck*, ataupun nonton film di *Twenty-One*. Dalam era ekonomi yang cenderung kapitalistik, remaja dengan status sosial ekonomi tinggi adalah segmen pasar yang sangat penting. Di satu sisi, kaum muda ini adalah mereka yang nantinya akan menempati posisi strategis dalam masyarakat. Namun di sisi lain, kaum remaja disebut-sebut sebagai pasar yang sangat potensial bagi banyak barang-barang konsumen, sehingga mereka cenderung dirangsang untuk menjadi pembelanja yang boros (*big spender*).

Singkat kata dari segi bisnis, remaja perempuan merupakan target pasar yang sangat potensial. Nina. M. Armando (2004) menjelaskan bahwa ada tiga alasan yang mendukung hal tersebut. *Pertama*, remaja perempuan merupakan konsumen langsung. Secara individual, daya beli mereka sebenarnya rendah. Tetapi sebagai agregat (hasil pengumpulan data), yakni dalam jumlah populasi anak muda (berdasarkan data BPS tahun 2000 jumlah mereka 62 juta jiwa)- dikalikan dengan berapa pun uang saku mereka, pasar anak muda jelas amat menggiurkan. *Kedua*, remaja perempuan merupakan pembujuk yang hebat di lingkungan mana pun. Pembelian-pembelian dalam keluarga umumnya ditentukan oleh suara remaja dalam keluarga itu. *Ketiga*, remaja perempuan adalah konsumen masa depan. Dengan bertambahnya waktu, remaja yang dulunya dibiayai orang tuanya akan memiliki penghasilan sendiri. Maka, jika produsen

commit to user

membutuhkan konsumen loyal, selayaknya sejak awal sudah berbaikan dengan para remaja itu (Jurnal Perempuan No. 28, 2004 : 39).

Di sisi lain, masa remaja adalah masa perkembangan. Salah satu gejala yang dialami seseorang saat memasuki usia remaja adalah adanya proses identifikasi (penyamaan diri dengan figur tertentu). Oleh karena itu, tidak heran kalau di usia tersebut, mereka cenderung meniru berbagai karakter, sifat maupun gaya dan penampilan para pesohor ataupun tokoh yang menjadi idolanya. Hal tersebut merupakan wujud nyata bahwa remaja lebih peka terhadap reaksi terhadap hal-hal yang ada disekitarnya, baik itu yang berasal dari media massa, televisi, film atau orang-orang disekitarnya. Informasi-informasi baru selalu menarik perhatiannya. Kecenderungan bereksperimen (coba-coba) juga cukup tinggi, karena memang remaja belum mempunyai pola atau konsep yang mantap tentang masa depannya. Semua yang baru ingin dicobanya. Kecenderungan ini lebih kuat lagi karena keadaan emosinya yang masih labil.

Inilah yang dimanfaatkan pasar untuk membawa remaja perempuan untuk melakukan rebonding pada rambutnya, diet agar tubuhnya langsing, ataupun mandi susu agar kulitnya lebih putih. Selain hal-hal yang bersifat fisik, pengaruh media tersebut juga merambah pada kebudayaan dan nilai-nilai dalam masyarakat. Media massa menghadirkan perangkat citra dan gagasan yang menjadi acuan remaja perempuan dalam menampilkan dirinya. Gagasan untuk tampil beda, memberi hadiah, mencari pacar, aktif di kegiatan sekolah, ataupun berani menerima tantangan.

Memang pada umumnya remaja masa kini merasa malu jika dianggap berpenampilan dan berpikir ketinggalan zaman, untuk itu mereka senantiasa mencari

informasi tentang segala sesuatu yang sedang diminati di kalangan remaja melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Di Indonesia sendiri, peran media dalam membentuk remaja perempuan modern sangat besar. Remaja perempuan memungut informasi apa saja melalui media, mulai dari televisi, internet, tabloid, ataupun majalah remaja yang telah menjadi konsumsi mereka sehari-hari. Saat ini majalah remaja adalah media massa yang sangat dekat dengan kehidupan remaja. Terbukti dengan banyaknya nama majalah untuk remaja yang dilepas di pasaran. Dari majalah lokal sampai lisensi dari luar negeri, di antaranya yaitu GADIS, Aneka Yess, Cosmogirl Indonesia, Kawanku, Hai, Hello, dan Seventeen. Dari beberapa nama itu, yang ditujukan untuk remaja laki-laki hanya satu yaitu majalah Hai. Ini membuktikan bahwa remaja perempuan sangat diistimewakan oleh media massa khususnya majalah.

Salah satu yang tampil mencolok dari beberapa nama majalah perempuan di Indonesia adalah majalah Cosmogirl Indonesia. Sejak kemunculannya di tahun 2001 yang lalu di Indonesia, majalah lisensi Amerika ini dikemas sedemikian rupa untuk menarik perhatian remaja perempuan di tanah air. Cosmogirl Indonesia merupakan majalah saduran dimana bentuk, kemasan, dan tampilannya tidak jauh berbeda dengan majalah aslinya yang diedarkan di Amerika.

Beberapa hal yang melatarbelakangi pemilihan majalah Cosmogirl Indonesia ini salah satunya karena segmentasi majalah ini adalah remaja perempuan. Jika dibandingkan dengan majalah lain Cosmogirl Indonesia juga memberikan tampilan dan topik utama yang selalu berkaitan dengan gaya hidup yang sedang populer di kalangan remaja perempuan. Hal tersebut disebabkan karena majalah ini lisensinya dipegang oleh

Mugi Reksa Abadi yang bidang usahanya selalu berkaitan dengan gaya hidup dan hiburan. Maka penulis melihat bahwa majalah ini mencoba memenuhi kebutuhan pembaca perempuan yaitu informasi seputar gaya hidup.

Remaja perempuan mendapatkan banyak informasi yang berguna dalam majalah, misalnya rubrik mode, ramalan bintang, kecantikan, tips-tips seputar cinta, artikel tentang masalah yang dihadapi remaja perempuan, atau artikel tentang masalah yang dihadapi remaja perempuan, atau artikel tentang selebritis idola. Selain itu, tips-tips seputar kehidupan sehari-hari dari bagaimana mencuci beha (bra) yang baik, sampai pada bagaimana bersikap tegas terhadap pacar. Dari menghadapi sindrom pra-menstruasi, sampai dengan tips *bermake-up* dan berbusana yang modis.

Persaingan ketat juga mewarnai keberadaan majalah remaja, hal itu wajar karena produsen majalah-majalah tersebut sadar bahwa suatu saat pembacanya yang notabene remaja perempuan akan tumbuh dewasa, memiliki penghasilan sendiri, dan menjadi konsumen dari barang-barang yang ditawarkan. Dengan loyalitas pembacanya, majalah perempuan dituntut untuk dapat membimbing remaja perempuan pada masa pencarian jati diri. Masa yang penting sebagai dasar untuk mencapai masa dewasa. Tetapi kenyataannya adalah majalah justru menekan mental kaum remaja. Misalnya pernyataan bahwa seorang remaja perempuan bisa dikatakan cantik dan seksi apabila memiliki tubuh yang bagus. Apakah hanya dengan kulit berwarna putih mulus, rambut yang panjang lurus, dan payudara padat berisi juga paras seperti Cinta Laura sudah pasti dikatakan cantik? Atau pun pernyataan bahwa seorang remaja perempuan bisa dikatakan berhasil dalam percintaan apabila sudah punya pacar beberapa kali. Apakah hanya dengan

berpacaran dengan beberapa pria sudah pasti dikatakan berhasil dalam percintaan? Contoh lain adalah pernyataan bahwa seorang remaja perempuan bisa dikatakan eksis apabila beda dengan remaja kebanyakan. Apakah hanya dengan menjadi *cheer leader* ataupun atlet basket sudah pasti dikatakan *eksis*?

Maria Dwi Rosari Perempuan dalam “Kami Ingin Jadi Diri Sendiri” (Yayasan Jurnal Perempuan) mengatakan bahwa majalah sebagai media yang digemari oleh remaja perempuan menjadi salah satu dasar, atau bekal untuk menuju pendewasaan diri. Hal ini didasari dari pengalaman pribadi dan apa yang terjadi di antara remaja perempuan sendiri. Remaja perempuan tentu saja senang membaca majalah, sebagai tolak ukur gaya hidup remaja perempuan masa kini. Semua informasi yang dibutuhkan remaja perempuan dapat diketahui dari majalah. Mulai dari gaya hidup, sampai pada segala permasalahan kaum remaja pada umumnya. Dari majalah, kaum remaja perempuan memperoleh informasi terbanyak. Karena pada kenyataannya, kebanyakan gadis remaja lebih menyukai membaca majalah remaja ketimbang buku pelajaran atau karangan ilmiah lainnya yang pasti berat (Jurnal Perempuan No. 37, 2004 : 12).

Entah sadar atau tidak sadar sebenarnya pernyataan dalam beberapa majalah remaja perempuan tersebut telah menekan kaum remaja perempuan. Kecantikan fisik dan label yang diberikan majalah kepada remaja putri malah menjadi bumerang untuk remaja putri sendiri. Lama-kelamaan ada kecenderungan dari remaja putri untuk tidak bisa menghargai tubuhnya sendiri ataupun untuk tidak jujur pada hati nuraninya. Apa yang ditawarkan oleh majalah remaja itu sesungguhnya adalah gaya hidup. Remaja digiring untuk memasuki gaya hidup tertentu sesuai dengan nilai-nilai yang disampaikan majalah

remaja. Gaya hidup yang ditawarkan baik GADIS, Aneka Yess, Cosmogirl Indonesia, dan Kawanku itu sesungguhnya ajakan bagi khalayaknya untuk menuju sebuah pemahaman yang sama tentang gaya hidup remaja perempuan.

Bersama dengan industri, media massa dalam hal ini majalah menciptakan kebutuhan remaja. Sebuah kebutuhan akan cara makan, cara berbicara, aktivitas waktu senggang, cara berpakaian, pilihan teman, pilihan pacar, dan lain sebagainya. Dengan hal-hal semacam itu, remaja perempuan dapat merepresentasikan dirinya sebagai remaja perempuan metropolitan. Remaja perempuan di kota-kota besar adalah remaja yang mempunyai kesempatan yang besar untuk mengakses informasi dari manapun. Selain itu mereka selalu punya peluang untuk pergi ke ruang-ruang publik seperti mall, bioskop, dan tempat hiburan yang memungkinkan mereka untuk bertukar informasi dan berinteraksi.

Remaja perempuan metropolitan adalah kelompok remaja yang senantiasa mengikuti perkembangan trend. Ini dipengaruhi oleh faktor kebutuhan khas remaja perempuan seperti kebutuhan keikutsertaan dan diterima dalam kelompok, kebutuhan akan pengakuan dari orang lain, serta kebutuhan untuk dihargai. Adanya kebutuhan ini sedikit banyak telah menyebabkan remaja perempuan cenderung untuk tampil beda dan mengikuti semua trend yang ada. Trend yang dimaksud bukan hanya penampilan saja, melainkan juga bagaimana semua potensi yang ada dalam diri memungkinkan mereka untuk menampilkan citra diri sebagai remaja metropolitan. Dan apa yang disampaikan media massa menjadi sebuah pertimbangan utama bagi remaja perempuan untuk memutuskan bagaimana berbusana, berbicara, bersikap, berdandan, beraktivitas, dan lain

sebagainya. Kesemuanya itu sangat berkaitan dengan identitas mereka sebagai remaja perempuan metropolitan yang menganut gaya hidup tertentu.

Arus globalisasi yang membawa pengaruh dunia barat dengan nilai-nilainya telah masuk dalam kehidupan remaja perempuan Indonesia, yang sedikit banyak telah mempengaruhi nilai budaya kita. Media massa telah menarik khalayak untuk melihat atau membaca informasi tersebut. Pada akhirnya media massa mengkonstruksikan realitas ke dalam sebuah kemasan medianya yaitu majalah remaja perempuan.

Media massa memberikan posisi yang istimewa kepada remaja perempuan karena dunia remaja adalah dunia yang selalu menarik. Dunia di mana setiap remaja belajar tentang tubuhnya, relasi dengan sesamanya (sesama jenis dan atau lawan jenis), dan perkenalannya dengan realitas di sekitar. Majalah turut mengkonstruksi gaya hidup remaja perempuan metropolitan dengan munculnya majalah khusus remaja perempuan. Majalah menampilkan sebuah lambang, warna, gambar, dan simbol yang ada untuk mengkonstruksi realita yang ada.

Penulis melihat bahwa persoalan gaya hidup ini menjadi sangat penting bagi seorang remaja perempuan yang masih dalam masa pencarian jati diri. Dan kebanyakan remaja pun memperkaya diri mereka dengan berbagai informasi, contoh, dan masukan yang ada di media khususnya majalah. Gaya hidup remaja perempuan menjadi sebuah hal yang menarik untuk diteliti karena apa yang ditampilkan lewat majalah remaja perempuan terbukti mempengaruhi keputusan-keputusan remaja yang berkenaan dengan cara berpakaian, dengan siapa mereka harus bergaul, ataupun aktivitas apa yang harus mereka lakukan agar sesuai dengan **gaya hidup yang** dicitrakan media.

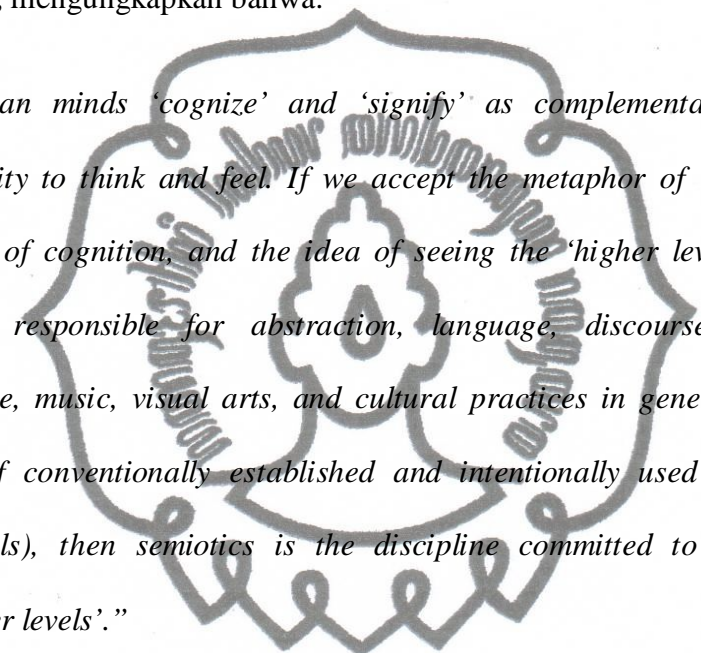
Sedangkan pemilihan unsur sampul pada majalah remaja perempuan yakni Cosmogirl Indonesia adalah berdasarkan beberapa pertimbangan. Sampul sendiri dalam sebuah majalah memiliki peran yang penting dalam membangun identitas dan karakter sebuah majalah. Cosmogirl Indonesia menunjukkan karakternya melalui foto dan warna yang ia tampilkan dalam tiap edisinya. Sampul inilah menjadi ciri utama yang akan membedakan Cosmogirl Indonesia dengan majalah remaja lain yang ada di pasaran. Selain soal karakter dan identitas, soal sampul majalah yang dianggap penting ini, bisa dilihat dari seorang pembaca yang memutuskan untuk membaca isi yang ada di sebuah majalah yang pastinya berdasarkan halaman muka. Dalam hal ini sampul majalah secara tidak disadari khalayak juga mengiklankan apa yang ada di dalam majalah tersebut. Di samping itu, apa yang ditampilkan pada halaman muka majalah adalah kerangka keseluruhan isi majalah yang mengandung berbagai unsur seperti, gambar, warna, headline yang dicetak tebal, tema, dan lain-lain.

Maka penulis ingin mengetahui bagaimana gambaran umum tentang gaya hidup remaja perempuan modern yang dicitrakan oleh Cosmogirl Indonesia lewat sampul depannya, dalam hal ini penulis mengambil judul “Makna Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia”, Analisis Semiotik tentang Gaya Hidup Remaja Perempuan dalam Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009.

Dalam penelitian ini digunakan analisis semiotik untuk mengkaji tanda verbal (terkait dengan judul dan naskah) dan tanda visual (terkait dengan ilustrasi, logo, dan tata warna) untuk meneliti makna pesan di sampul majalah Cosmogirl Indonesia dalam hubungannya dengan gaya hidup remaja perempuan yang dicitrakan oleh Cosmogirl

Indonesia. Hal ini dilakukan karena pada sampul terdapat simbol-simbol yang mewakili gaya hidup remaja perempuan yang dicitrakan Cosmogirl Indonesia.

Lars Andreassen, dkk dalam jurnal ilmiahnya, *From Cognitive Semiotics* issue 0 (Leak, www.cognitivesemiotics.com/wp-content/uploads/2007/05/cognitive-semiotics-0.pdf, 2007), mengungkapkan bahwa:



“Human minds ‘cognize’ and ‘signify’ as complementary aspects of their capacity to think and feel. If we accept the metaphor of ‘higher’ and ‘lower’ levels of cognition, and the idea of seeing the ‘higher levels of cognition’ as those responsible for abstraction, language, discourse, institutions, law, science, music, visual arts, and cultural practices in general, grounded in the use of conventionally established and intentionally used signs (often called symbols), then semiotics is the discipline committed to the study of these ‘higher levels’.”

“Dalam pikiran manusia, ‘pengetahuan’ dan ‘penandaan’ merupakan aspek pelengkap untuk berpikir dan merasakan. Apabila kita menerima sebuah kiasan dari tingkat ‘tinggi’ dan ‘rendah’ dalam sebuah penandaan, dan maksud dari pemaknaan ‘pengetahuan tingkat tinggi’ sebagai pertanggungjawaban dari abstraksi, bahasa, wacana ilmiah, institusi, hukum, ilmu pengetahuan, musik, seni visual, dan praktek kebudayaan, yang mendasarkan pada penggunaan secara konvensional yang ditetapkan dan dengan sengaja menggunakan tanda (sering disebut simbol), selanjutnya semiotik adalah sebuah disiplin ilmu yang terkait dengan tingkat tinggi.”

Dengan penggunaan analisis semiotik dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui makna di balik tanda sehingga nantinya peneliti dapat melakukan pengamatan mendalam dan mengenali lebih jauh tanda-tanda komunikasi yang terdapat dalam sampul majalah Cosmogirl Indonesia baik berupa teks verbal maupun visualnya makna lain di belakang tanda-tanda yang termuat dalam sampul majalah. Untuk mengetahui gaya hidup remaja perempuan yang ada di majalah Cosmogirl Indonesia dalam menempatkan dirinya di kalangan pembaca dalam hal ini remaja perempuan, maka peneliti mengambil fokus penelitian pada sampul majalah Cosmogirl Indonesia tahun 2009, yaitu sebanyak dua belas sampul dari edisi Januari sampai Desember. Melihat pola majalah Cosmogirl Indonesia yang terbit satu kali setiap bulan, penulis akan meneliti satu edisi di tiap bulannya dalam setahun tersebut. Jadi melalui pengambilan obyek penelitian seperti ini, peneliti akan mengkaji tanda verbal dan visual untuk meneliti makna pesan di sampul Cosmogirl Indonesia dalam menginformasikan gaya hidup remaja perempuan yang dibangun oleh Cosmogirl Indonesia dalam setahun penerbitannya di 2009

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka diajukan pokok permasalahan sebagai berikut :

Apa makna simbolis sampul majalah Cosmogirl Indonesia dalam menginformasikan gaya hidup remaja perempuan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain :

commit to user

1. Untuk mengetahui makna konotasi yaitu makna yang tersembunyi dalam sampul majalah Cosmogirl Indonesia tahun 2009.
2. Untuk mengetahui pesan apa yang terkandung dalam lambang-lambang komunikasi pada sampul majalah Cosmogirl Indonesia tahun 2009 dalam menginformasikan gaya hidup remaja perempuan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik dari segi teoretis maupun praktis. Adapun manfaat itu sebagai berikut :

1. Manfaat teoretis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang penelitian komunikasi khususnya di bidang analisis semiotika majalah.

2. Manfaat praktis :

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang penelitian komunikasi dengan pendekatan semiotika sampul majalah.
- b. Menjadi rujukan bagi para peneliti yang berminat menganalisis lebih lanjut sampul majalah, khususnya melalui pendekatan analisis semiotika.

E. Kerangka Teori

1. Sampul Majalah Sebagai Proses Komunikasi

a. Karakteristik Majalah

Menurut John Fiske, komunikasi adalah salah satu aktivitas manusia yang diakui setiap orang. Komunikasi adalah berbicara satu sama lain; ia bisa televisi; ia bisa juga penyebaran informasi; ia pun bisa gaya rambut kita; ataupun kritik sastra. Komunikasi dipandang sebagai transmisi pesan yaitu proses pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*), dan dengan bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi (Fiske, 2004 : 7). Pesan tersebut disampaikan melalui sejumlah media massa antara lain koran, majalah, radio, televisi, dan internet. Proses komunikasi massa terjadi dalam penyampaian pesan tersebut.

Sedangkan pesan media menghasilkan tiga efek meliputi (Rakhmat, 1991 : 219) :

1. Efek Kognitif, terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek Afektif, timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, dan nilai.
3. Efek Behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan perilaku.

Media massa yang dekat dengan kehidupan remaja perempuan adalah majalah. Ini terbukti dengan banyaknya majalah remaja perempuan yang terbit di Indonesia ataupun yang berasal dari luar negeri. Majalah memang sangat bermanfaat bagi remaja perempuan karena di dalamnya banyak sekali informasi berharga yang mereka butuhkan.

Majalah adalah penerbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan, dan topik aktual yang patut diketahui pembaca, dan menurut kala penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan, dan sebagainya. Sedangkan menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu, dan sebagainya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1994:615).

Majalah mempunyai fungsi yang jauh lebih besar dari sekedar menyampaikan dan menyebarkan berita. Karena majalah juga merupakan refleksi dari masyarakat atau keadaan zamannya, maka dari sana pula pembaca diharapkan akan mendapat gambaran utuh mengenai segala sesuatu. Kurniawan Junaedhi memberikan definisi majalah. Majalah adalah (sebuah) penerbitan berkala (buku harian) yang terbit secara teratur dan sifat isinya tak menampilkan pemberitaan atau sari berita, melainkan berupa artikel atau bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam.

Berdasarkan definisi di atas, bahwa yang bisa disebut majalah yaitu (Junaedhi, 1995 : xxxi) :

1. Media cetak yang terbit secara berkala, tapi bukan yang terbit setiap hari.

2. Media cetak itu bersampul, setidaknya-tidaknya punya wajah, dan dirancang secara khusus.
3. Media cetak itu dijilid atau sekurang-kurangnya memiliki sejumlah halaman tertentu.
4. Media cetak itu harus berformat tabloid atau saku, atau format konvensional sebagaimana format majalah yang kita kenal selama ini.

Scott. M. Cutlip mendeskripsikan beberapa keuntungan majalah, diantaranya (Cutlip, 2006 : 297) :

1. Majalah memberikan informasi yang lebih tahan lama ketimbang koran.
2. Pembaca majalah mempunyai kesempatan untuk membaca ulang, mendiskusikan dan mendebat informasi yang dikumpulkan.
3. Pembaca dengan minat tertentu akan membaca majalah untuk mendapatkan pembahasan mendalam tentang suatu topik.
4. Menciptakan preferensi untuk *fashion* atau produk, mempengaruhi desain dan dekorasi rumah, membantu menentukan standar profesi dan bisnis.

Berbeda dengan surat kabar, majalah telah jauh lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu. Setiap majalah umumnya mempunyai pembaca jauh lebih sedikit dari daripada surat kabar, namun memiliki pasar yang lebih mengelompok. Informasi yang disampaikan majalah lebih detail dan lengkap serta bisa disimpan, sedangkan pesan dari surat kabar akan cepat dibuang apabila telah selesai

dibaca. Usia majalah juga jauh lebih panjang dari usia surat kabar. Majalah pun memiliki kedalaman isi yang jauh berbeda dengan surat kabar yang hanya menyajikan berita. Di samping itu, majalah menemani pembaca dengan menyajikan cerita atas berbagai kejadian dengan tekanan pada unsur menghibur atau mendidik (Kasali, 1992 : 108).

Meskipun sama-sama sebagai media cetak, majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar, karena majalah memiliki karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Penyajian lebih dalam

Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan (satu kali sebulan). Majalah berita biasanya terbit mingguan, sehingga para reporternya waktu cukup lama untuk memahami dan mempelajari suatu peristiwa. Mereka juga mempunyai waktu yang leluasa untuk melakukan analisis terhadap peristiwa tersebut, sehingga penyajian berita dan informasinya dapat dibahas secara lebih dalam.

2. Nilai aktualitas lebih lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu. Sebagai contoh, kita akan menganggap usang surat kabar kemarin atau dua hari yang lalu bila kita baca saat ini. Akan tetapi kita tidak pernah menganggap usang majalah yang terbit dua atau tiga hari yang lalu. Sebagaimana kita alami bersama, bahwa dalam membaca majalah kita tidak pernah tuntas sekaligus. Pada hari pertama kita hanya membaca topik yang kita senangi atau relevan dengan profesi kita, hari esok dan seterusnya kita

membaca topik lain sebagai referensi. Dengan demikian, majalah mingguan baru tuntas kita baca dalam tempo tiga atau empat hari.

3. Gambar atau foto lebih banyak

Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya yang mendalam, majalah juga dapat menampilkan gambar atau foto yang lengkap dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang digunakannya pun lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik tersendiri, apalagi apabila foto tersebut sifatnya eksklusif.

4. Di samping foto, cover atau sampul majalah juga merupakan daya tarik tersendiri.

Cover adalah ibarat pakaian dan aksesorinya pada manusia. Cover majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik pula. Menarik tidaknya cover suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya serta konsistensi kejelasan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya (Ardianto, Elvinaro, dan Erdiyana, 2004 : 113-114).

b. Gaya Hidup Remaja

Dalam perkembangan kepribadian seseorang, maka remaja mempunyai arti yang khusus, namun begitu masa remaja mempunyai tempat yang tidak jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang. Anak remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Ia tidak pula termasuk golongan anak, tetapi ia tidak pula termasuk golongan

dewasa atau golongan tua. Remaja ada di antara anak dan orang dewasa. Remaja masih belum mampu menguasai fungsi-fungsi fisik dan psikisnya.

Batasan usia masa remaja adalah masa di antara 12-21 tahun dengan perincian 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun masa remaja akhir. Dalam masa tersebut, remaja mengalami dua fase yaitu pubertas dan adolensi. Istilah pubertas datang dari kata *puber* (yaitu *pubescere*). Kata lain *pubescere* berarti mendapatkan pubes atau rambut kemaluan, yaitu suatu tanda kelamin sekunder yang menunjukkan perkembangan seksual. Dalam masa puber ini, remaja akan mengalami dua perkembangan yaitu fisik dan seksual. Sedangkan istilah adolensi berasal dari kata Latin *adolescere* yang artinya menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa.

Percepatan perkembangan dalam masa remaja yang berhubungan dengan pematangan seksualitas, juga mengakibatkan suatu perubahan dalam perkembangan sosial remaja. Sebelum masa remaja sudah ada saling hubungan yang lebih erat antara anak-anak yang sebaya. Sering juga timbul kelompok-kelompok anak, perkumpulan-perkumpulan untuk bermain bersama atau membuat rencana bersama, misalnya untuk kemah, atau saling tukar pengalaman, merencanakan aktivitas bersama, misalnya aktivitas terhadap suatu kelompok lain.

Sifat yang khas kelompok anak sebelum pubertas adalah bahwa kelompok tadi terdiri daripada sekse yang sama. Persamaan sekse ini dapat membantu timbulnya identitas jenis kelamin dan yang berhubungan dengan itu ialah perasaan identifikasi yang mempersiapkan pembentukan pengalaman identitas. Suatu sifat yang khas dari kelompok

ini adalah mereka tidak menentang orang dewasa, melainkan justru meniru mereka dalam olahraga, permainan, dan kesibukan-kesibukan lain. Keniston dalam Baacke (1967) menyatakan bahwa sesudah mulainya masa remaja, suatu perubahan yang jelas yang memberikan sifat-sifat khusus bahkan suatu kebudayaan sendiri pada kelompok anak-anak remaja.

Dalam masa remaja, remaja berusaha untuk melepaskan diri dari milik orang tua dengan maksud untuk menemukan dirinya. Erikson menamakan proses tersebut sebagai proses mencari identitas ego. Sudah barang tentu pembentukan identitas, yaitu perkembangan ke arah individualitas yang mantap, merupakan aspek yang penting dalam perkembangan berdiri sendiri (Monks, Knoers, dan Haditomo, 2004 : 259 - 279).

Selain soal pembentukan identitas, pengambilan keputusan menjadi sebuah hal yang penting dalam masa remaja. Remaja adalah masa dimana terjadi peningkatan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan sendiri merupakan salah satu perbuatan berpikir dan hasil dari perbuatan itu disebut keputusan. Ini berarti bahwa dengan melihat bagaimana seorang remaja mengambil suatu keputusan, maka dapat diketahui perkembangan pikirannya. Keputusan-keputusan yang diambil dalam masa remaja ini antara lain tentang masa depan, keputusan dalam memilih teman, keputusan apakah melanjutkan kuliah setelah tamat SMU atau mencari kerja, keputusan untuk mengikuti les bahasa Inggris atau komputer, dan seterusnya (Desmita, 2005 : 198). Dalam masa remaja itulah media masuk dalam kehidupan mereka. Media menjadi salah satu pertimbangan utama bagi remaja untuk mengambil keputusan.

Gaya hidup menjadi sesuatu yang tak terpisahkan dari dunia remaja yang terus berkembang dan bergerak dinamis seiring perkembangan zaman saat ini. Remaja kebanyakan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri.

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain dalam interaksi sehari-hari. Masyarakat dapat menerapkan suatu gagasan mengenai gaya hidup tanpa perlu menjelaskan apa yang dimaksud dan masyarakat benar-benar tertantang serta mungkin sulit menemukan deskripsi umum mengenai hal-hal yang merujuk gaya hidup (Chaney, 1996 : 40).

Gaya hidup dalam arti umum adalah karakteristik seseorang yang dapat diamati yang menandai sistem nilai serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya. Karakteristik tersebut berhubungan dengan pola penggunaan waktu, uang, ruang dan semua objek yang berkaitan. Contohnya adalah cara berpakaian, cara makan, cara berbicara, kebiasaan di rumah, kebiasaan di kantor, kebiasaan di kampus, pilihan teman, pilihan hiburan, tata ruang, tata busana, tata rambut, dan lain sebagainya. Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas dari cara, tata, kebiasaan, pilihan serta keseluruhan objek yang mendukungnya yang pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai dan sistem kepercayaan tertentu (Piliang, 1998 : 209).

Dalam merumuskan gaya hidup, Nas dan v.d Sande menggunakan pendekatan analitis dan sintetis. Lewat pendekatan yang pertama, konsep gaya hidup dirinci ke dalam lima dimensi (Susianti, 1993 : 59 dalam Sobur, 2004 : 168 – 169).

Pertama, morfologi. Sebagai aspek lingkungan dan geografi dari gaya hidup, dimensi ini melihat sejauh mana individu menggunakan kota dan fasilitasnya. Dari

dimensi ini dapat dilihat, misalnya, apakah aktivitas individu itu terbatas pada suatu bagian kota tertentu saja, misalnya selalu berbelanja di pasar yang sama dalam memenuhi semua kebutuhannya, ataukah aktivitasnya melibatkan segala fasilitas perkotaan yang ada, misalnya berbelanja ke pusat perbelanjaan, atau bahkan ke luar kota, sesuai dengan jenis barang yang dicari.

Kedua, hubungan sosial. Dimensi ini menggali pola hubungan sosial individu. Seperti diketahui, tiap orang memiliki beberapa lingkungan pergaulan. Berapa banyakkah lingkaran pergaulan individu? Siapa sajakah anggota di dalam lingkaran pergaulan tersebut? Apakah fungsi dari setiap lingkaran pergaulan itu bagi individu? Dan apakah individu merasa perlu membuat lingkaran pergaulannya bersentuhan?

Ketiga, domain. Lewat dimensi ini diperoleh informasi mengenai aktivitas yang ditekankan di dalam jaringan sosial, serta peran apa yang dinilai berharga oleh individu.

Keempat, makna. Dimensi ini menggali bagaimana individu memberi makna pada kegiatan-kegiatannya. Seperti diketahui, individu dapat memiliki tingkah laku yang sama walaupun *world-view* yang mendasari tingkah laku tersebut berbeda.

Kelima, style. Dimensi yang menampilkan aspek lahiriah dari gaya hidup ini menggunakan simbol-simbol, dan memberikan nilai simbolik pada objek-objek di sekitarnya

Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang. Gaya hidup orang ditunjukkan dalam variasi keputusan cita rasanya: mobil yang dikendarainya, keturunan dari anjing atau kucingnya, majalah yang dibacanya (atau setidaknya diletakkan pada meja kopinya), tempat mereka tinggal, bentuk rumahnya (besarnya, warna lantai, dan perabotannya), pekerjaannya, makanan

yang disantapnya dan restoran yang sering dikunjungi, tempat hiburannya, merek-merek – baju, pena, jam tangan, sepatu, ikat pinggang, kaca mata, dll – yang sering dipihnya, dan sebagainya (Sobur, 2004 : 169).

Veblen, seorang sosiolog, berpendapat bahwa dalam masyarakat modern, penghargaan diletakkan atas dasar selera dengan mengkonsumsi sesuatu yang merupakan refleksi dari kepemilikan. Konsumsi menjadi indikator dari gaya hidup kelompok status. Simbol-simbol status yang menggambarkan suatu gaya hidup bisa berwujud material dan non material. Simbol status material antara lain meliputi benda-benda, fashion, jenis kendaraan, dan perumahan. Sedangkan simbol status non material antara lain meliputi aktivitas rekresional, interest, etiket, gaya bicara, dan hobi (Piliang, 1998 : 209).

c. Arti Penting Sampul Majalah

Sebagai saluran komunikasi, media massa punya peranan yang penting, diantaranya adalah sebagai sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lain. Selain itu media merupakan tempat untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.

Media sering kali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni, simbol, tetapi juga dalam pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan. Media

massa sarana yang efektif untuk menarik perhatian umum secara langsung, membujuk opini dan kepercayaan publik ataupun mempengaruhi perilaku, memberi status dan legitimasi menjelaskan dan menyusun persepsi serta realitas sosial. Media massa juga merupakan tempat dimana masyarakat dapat memperoleh informasi, bertukar pikiran, dan opini. Oleh sebab itu, peran media massa terhitung sangat penting dan cepat dalam mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

Media sekarang ini menjadi saluran yang teramat penting bagi individu dan masyarakat karena telah menyatu dalam kehidupan mereka sehari-hari. Sebagai agen sosial yang memainkan peran penting dalam kehidupan bermasyarakat, media massa memiliki fungsi tak sekedar menyajikan informasi berita atau hiburan saja, melainkan juga memiliki kemampuan untuk mengajak dan mengukuhkan norma-norma tertentu dalam masyarakat seperti dalam hal gaya hidup, konstruksi identitas, dan gender yang kesemuanya itu adalah ikon-ikon dari budaya populer. Budaya populer dengan sekian banyak ikon yang diwakili mencoba masuk ke pasar lewat berbagai media. Media memegang peranan penting dalam penyebaran gagasan tentang budaya populer karena budaya populer memerlukan media untuk mendistribusikan ide.

Ellen McCracken mengutip pernyataan George Gerbner (1958) yaitu bahwa sampul majalah memegang peran utama dalam mengiklankan sebuah majalah yang bertujuan untuk membentuk karakter budayanya yang dituangkan lewat sebuah sampul majalah itu. George Gerbner menyatakan salut pada majalah percintaan, desain dan isi sampulnya menggambarkan syarat yang harus dipenuhi dan bagaimana hubungan pasar dengan majalah itu. Ellen McCracken menjelaskan bagaimana peran sampul depan

majalah ini dalam tulisannya *The Cover : window to the future self* dalam buku *Turning It On, A Reader in Women and Media*. Ia menulis bahwa sampul majalah menjadi sebuah nilai tambah serta menjadi iklan yang paling penting yang dilakukan oleh sebuah majalah, karena inilah salah satu alat yang bisa membedakan majalah satu dengan yang lain. Gaya dan aliran suatu majalah adalah elemen terpenting dalam memposisikan sebuah majalah dimana majalah tersebut akan menawarkan dan membentuk pembaca melalui sebuah proses pemahaman (Baehr dan Gray, 1997 : 97).

McCracken menambahkan bahwa kebanyakan sampul mencoba untuk membentuk representasi pembaca yang ideal, yang ingin disasar oleh pemasang iklan, caranya adalah dengan menggunakan gambar atau foto wanita, yang biasanya wajah yang ditampilkan yang tersenyum lebar. Sering juga ditampilkan seorang pria yang dihubungkan dengan ekspresi wajah, make-up, pose, dan pakaian, selaras dengan angle kamera, pencahayaan dan warna. Kadang, seorang pria tampak jelas atau perempuan ditampilkan dengan seorang anak. Selain itu yang juga sering dilakukan adalah sebuah ikon yang berfungsi sebagai penanda, ataupun konotasi lain pada seorang perempuan. Tanpa kecuali, teks verbal pada sampul yang terdiri dari nama majalah dalam huruf yang besar dan rangkaian topik utama didesain untuk menarik pembaca dengan tulisan tertentu yang ada di dalam majalah (Baehr dan Gray, 1997 : 98)

McCracken juga menyebutkan bahwa identitas gaya atau aliran sebuah majalah sangat menentukan penjualan majalah dan jumlah pembaca, dan berperan penting untuk pembaca dalam memahami dirinya saat dia membacanya. Pesan yang disampaikan dalam sampul secara umum dapat dilakukan dalam lingkup publik, jadi ketika pembaca

commit to user

membeli majalah, membaca di ruang publik, ataupun meletakkan majalah di atas meja sebuah kedai kopi, pembaca lain akan mengenali bahwa keduanya membaca majalah yang sama. Ketika sebuah sampul menyandikan sebuah gaya semata-mata digunakan untuk menjual majalah, sampul tersebut juga menawarkan sebuah ideologi, yang membantu pembaca dalam menggambarkan diri mereka kepada orang lain (Baehr dan Gray, 1997 : 99).

McCracken menjelaskan tentang fungsi dari sampul majalah yaitu untuk membantu apa yang dibangun majalah tersebut dengan melekatkan definisi awal melalui judul majalah, berita utama, dan foto. Kalimat, penekanan, warna, gambar visual dari kecantikan yang ideal dan keberhasilan, gambaran tersembunyi dari karya yang dinikmati sampai pada posisi pada isi sebuah majalah. Pembaca tidak harus melihat sebuah isi majalah dari sampulnya, tapi model interpretasi yang diberikan adalah bagian dari simbol yang ada pada sampul yang mempunyai pengaruh yang kuat. Sampul adalah hal yang paling penting dalam beriklan di dunia majalah, dan lalu melalui perannya sebagai identitas gaya, sistem semiotik, dan kerangka. Hubungan saling mempengaruhi dari fotografi, kata verbal, dan teks yang berwarna dalam tiap sampul majalah menciptakan nilai yang dimuat dalam pengertian kebudayaan tetapi bermaksud untuk menarik pengiklan dan meningkatkan penjualan. Cover majalah menjalankan peran sebagai pengenalan aliran, sistem tanda, dan kerangka untuk meraih hasil. Setiap peran yang dimainkan sangat dekat hubungannya dengan struktur komersial dari industri majalah dan akan menjadi berbeda dengan tujuan majalah lain yaitu untuk melakukan perubahan (Baehr dan Gray, 1997 : 100).

Unsur-unsur dalam sampul depan majalah ternyata juga terdapat pada iklan cetak. Iklan cetak merupakan sebuah teks yang kompleks dimana di dalam mengkonstruksikan pesan menggunakan bahasa visual yang meliputi bahasa gambar dan tulisan dalam buku Komunikasi Periklanan Cetak (Sudiana, 1986 : 34), dikemukakan beberapa unsur dalam iklan cetak, dimana unsur-unsur tersebut juga terdapat dalam halaman muka majalah. Unsur-unsur tersebut antara lain :

1. Judul

Judul merupakan suatu unsur cetak terpenting dalam persaingan untuk menarik perhatian pembaca. Ilustrasi mungkin menarik, tetapi mungkin ditafsirkan terpisah. Dengan pembubuhan judul, pembaca dituntun dalam penyeberangan dari ilustrasi ke pesan. Dalam suatu pengertian umum, judul melayani dwifungsi : (1) secara ringkas dan langsung menyarankan isi pesan, atau (2) menampilkan daya tarik terhadap suatu kepentingan dasar pembaca setelah menyajikan pesan sumber.

Sifat penting judul terhadap badan naskah sangat berperan bagi pertimbangan tata letak. Bila hasil guna iklan bergantung pada tingkat keterbatasan teks, judul harus ditampakkan rupa dalam upaya menuntun mata pembaca dari suatu titik tolak daya tarik ke naskah.

2. Naskah

Naskah iklan meliputi pesan kata-kata. Sebagaimana halnya judul, semboyan, dan ilustrasi, naskah atau teks merupakan suatu bagian atau unit dalam iklan yang

menyandang peranan tertentu masing-masing pada penampilannya. Fungsi naskah adalah menjelaskan produk atau jasa yang ditawarkan, sekaligus mengarahkan secara demikian rupa agar pembaca berpikir, bersikap, dan bertindak sesuai dengan harapan pemasang iklan. Naskah merupakan komunikasi dengan pengisian kata-kata secara tepat guna berdasarkan gagasan atau daya tarik tentang keunggulan, kemajuan, dan keindahan produk atau jasa yang diiklankan.

Pendekatan kreatif naskah dapat bersifat dogmatis; bersifat menampilkan alasan-alasan, misalnya dengan mengungkapkan fakta-fakta, bagan, dan statistik; atau menampilkan daya tarik (appeals), baik yang menyenangkan maupun yang menggelisahkan (fear appeals). Bagaimanapun, naskah iklan perlu direka secara menarik, bersahabat, dan meyakinkan.

3. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan karena sering dianggap sebagai “bahasa universal” yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata (dalam hal ini termasuk pula foto, diagram, peta, grafik, dan tanda-tanda) dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan lebih berhasil guna daripada teks.

Fungsi ilustrasi dalam iklan adalah :

- Menarik perhatian.
- Merangsang minat membaca keseluruhan pesan.

- Menonjolkan salah satu keistimewaan produk.
- Menjelaskan suatu pernyataan.
- Memenangkan persaingan dalam menarik perhatian pembaca di antara rentetan pesan lainnya dalam suatu media yang sama.
- Menciptakan suatu suasana yang khas.
- Mendramatisasi pesan.
- Menonjolkan suatu merk atau menunjang semboyan yang ditampilkan.
- Mendukung judul iklan.

4. Logo dan Merk Dagang

Pengkasatamataan iklan melibatkan pula pengambil keputusan yang berkenaan dengan “tanda-tanda identifikasi”, terutama logo perusahaan atau merk dagang. Bila kita perhatikan perilaku konsumen di pasar, sering terjadi seseorang “membeli merk”, terutama terhadap barang-barang yang dipandang dapat menaikkan gengsi atau statusnya di lingkungan sekitarnya. Dengan demikian logo, logogram, adcuts, dan merk dagang ternyata dapat memainkan peran penting dalam komunikasi periklanan.

5. Warna

Dahulu orang memilih warna hanya untuk kebutuhan tertentu menurut perasaan saja. Pada masa modern ini orang sudah mulai berpikir secara ilmiah

melalui berbagai proses eksperimen, baik secara fisika, kimiawi, atau seni, bahkan psikologi. Dengan perkataan lain orang-orang sekarang memilih warna dengan kesadaran. Pada dasarnya, warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia.

Bentuk dan warna merupakan dua unsur dasar dari rangsangan kasatmata. Menurut para ahli, peranan warna yang paling utama ialah kemampuannya untuk mempengaruhi dan merangsang mata manusia sehingga menimbulkan getaran-getaran elektro-magnetik yang dapat membangkitkan emosi pemirsanya. Banyak faktor harus dipertimbangkan secara seksama sebelum membubuhkan warna-warna dalam iklan. Pengetahuan dan kecakapan seniman dalam penggunaan warna merupakan bantuan berharga dalam merencanakan pencetakan iklan berwarna. Tetapi, perlu disadari bahwa hasil akhir mereka-reka seyogianya merupakan penerapan warna secara ilmiah bagi tujuan komunikasi, seperti :

- *Untuk identifikasi* : Dalam praktek sehari-hari tidak jarang terjadi penggunaan warna sebagai lambang atau tanda-tanda yang mengandung makna-makna tertentu yang telah disepakati bersama. Misalnya penggunaan warna-warna merah, kuning, hijau dan sistem lalu lintas di jalan. Penggunaan warna sebagai lambang-lambang kadang tidak berlaku universal karena terdapat berbagai tradisi kebudayaan. Tradisi barat, misalnya memilih warna hitam untuk berkabung, tetapi di Cina justru warna putih yang dipahami sebagai tanda duka cita.

- *Untuk menarik perhatian* : Ini merupakan faedah warna yang utama bagi periklanan. Berbagai tes memberikan kesimpulan bahwa jumlah orang yang memperhatikan suatu pesan tercetak meningkat dengan pembubuhan warna. Sebaiknya warna diterapkan pada unsur-unsur yang paling dominan dan patut ditampilkan. Karena penandasan tercapai berkat kontras atau lawanan, maka seyogianya warna-warna ditempatkan secara bijaksana. Warna-warna yang dapat menyajikan derajat kontras adalah : komplementer, pecahan komplementer, analogi, dan monokromatik.
- *Untuk menimbulkan pengaruh psikologis* : Warna-warna yang menguasai suatu iklan atau lembaran tercetak lainnya harus sesuai dengan keseluruhan pesan. Pembubuhan warna yang menyelingkan kesejukan dan kehangatan secara silih berganti menyarankan suatu suasana hati dan gagasan mengenai kehidupan, seperti tindakan, gairah, dan gaya. Kuning membubuhkan kehangatan. Hijau sering dihubungkan dengan kesuburan, keteduhan, dan ketakwaan. Ungu melambangkan keagungan dan kemegahan. Putih bagi kemurnian.
- *Untuk mengembangkan asosiasi* : Adalah wajar bagi orang awam untuk mempertalikan warna-warna tertentu dengan produk-produk tertentu. Secara beruntung warna merah dihubungkan dengan buah ceri, sementara warna hijau tidak selalu dipertalikan dengan buah segar. Tidak sedikit asosiasi yang bersifat umum sehingga tidak meragukan lagi. Suatu riset, bagaimanapun, dapat dilakukan sebelum pemilihan warna. *commit to user*

pribadi tidak selalu dapat diandalkan. Misalnya, seseorang mungkin menyangka bahwa warna merah jambu lebih disukai daripada warna biru muda untuk produk bedak kosmetik.

- *Untuk membangun ketahananminat* : Ketika memaparkan sesuatu, tidak jarang kita merujuk pada warnanya. Ini disebabkan warna mengandung nilai kenangan tinggi; suatu segi yang paling mudah dipateri oleh komunikator kepada benak komunikan. Suatu warna seyogianya menguasai karena akan membantu pemirsa mengingat apa yang pernah dilihatnya. Pemasang iklan, tentu saja, sangat berkepentingan agar pembaca dapat mengingat kembali pesan, dan mengulang warna-warna tertentu dalam kampanye mereka untuk makin memapankan identifikasi produk.
- *Untuk menciptakan suatu suasana yang menyenangkan* : Pembubuhan warna mungkin dapat merebut perhatian awal komunikan. Tetapi apabila keadaan tersebut tidak dikembangkan menjadi minat, maka pembaca yang sibuk tidak akan meluangkan waktunya bagi penyerapan pesan. Pemilihan dan penerapan warna secara serampangan akan mengusir pemirsa segera setelah perhatiannya tergugah. Oleh sebab itu, dilihat dari sudut pandang komunikator, kesalahan penggunaan warna dalam suatu pesan jelas merugikan.

Ellen McCracken juga menjelaskan dalam tulisannya yang berjudul *The Cover : window to the future self* dalam buku *Turning It On, A Reader in Women and Media*

bahwa teks fotografi dalam cover majalah juga dapat memperluas arti yang ada dalam majalah tersebut. Biasanya representasi konkret dari kecantikan fisik seorang model; foto yang ada dalam cover menambah selera pembaca untuk mengikutinya. Sebagai representasi visual yang memuaskan, cover majalah mengundang kita untuk menikmati kesenangan yang lebih jauh dengan mengonsumsi majalah tersebut secara keseluruhan, membukanya per halaman. Pada saat yang ini, hal ini mengarahkan kita pada teks verbal yang ada di majalah, melalui instruksi yang akan diberikan pada kita untuk mencapai sebuah kecantikan yang ideal yang ditampilkan oleh model (Baehr dan Gray, 1997 : 99).

d. Citra Remaja Perempuan Dalam Majalah

Sebuah iklan biasanya menawarkan sebuah citra, yang dalam konteks bahasa iklan dapat dijelaskan sebagai gambaran mental dari sesuatu yang sebenarnya tidak ada. Citra mempunyai peran yang sangat penting sebagai pendefinisi hubungan sosial. Citra digunakan untuk mengorganisir relasi konsumsi tersebut (status sosial, kelas sosial, dan prestise sosial). Marx menggunakan istilah fetitisme komoditi (*commodity fetitism*) untuk menjelaskan sesuatu yang bersifat abstrak (konsep, citra, makna, dan tema) yang digunakan untuk menjelaskan relasi sosial (Piliang, 2003 : 287). Layaknya iklan, majalah remaja perempuan juga ingin membangun sebuah tanda, citra, atau tema yang ditawarkan dalam sampulnya, bukan nilai kegunaan majalah tersebut.

Daya tarik perempuan telah dimanfaatkan dengan menjadikan citra perempuan sebagai obyek dan mesin kebudayaan global. Citra, baik verbal maupun visual, mempunyai pengaruh besar pada pembentukan rangsangan bagi orang yang melihatnya dan akan merangsang suatu tindakan berkaitan dengan pemenuhan pembentukan citra

tersebut yang pada akhirnya akan menimbulkan suatu gaya hidup baru (Piliang, 2003 : 287).

Barker (1989) dan Walkerdine (1990) menyatakan bahwa bagi para kritikus feminis, majalah remaja putri dianggap penting karena memiliki kekuatan untuk mendefinisi dan membentuk feminitas remaja (Hollows, 2007 : 216).

Salah satu hal yang paling mendapat keprihatinan feminis dewasa ini adalah soal representasi perempuan dalam media. Para feminis beranggapan bahwa media adalah cerminan dari kepentingan, kehendak dan hasrat (*desire*) masyarakat patriarkhi yang ditopang oleh sistem ekonomi kapitalis. Media dengan latar belakang masyarakat patriarkhi tentu akan merefleksikan sikap-sikap diskriminasi, stereotipe, pelabelan negatif, dan berbagai bentuk subordinasi lainnya pada perempuan dalam berita, hiburan, maupun pariwisata mereka. Inilah yang dimaksud dengan bias gender dalam media. Media menjadi alat “reproduksi” dari nilai yang menempatkan perempuan sesuai dengan budaya, agama, dan struktur masyarakatnya.

Kekhawatiran para feminis semakin mencuat mengingat begitu besarnya peran media dalam mempengaruhi kesadaran masyarakat. Dalam era revolusi media yang kita alami, tak ada kekuatan lain yang bisa menandingi otoritas media dalam membentuk dan menggalang opini publik. Sebagian orang menyebut media sebagai *the fourth estate* atau kekuasaan keempat setelah kekuasaan eksekutif, legislatif, dan yudikatif (Wijaksana, Jurnal Perempuan 2004 : 120).

Ruang fesyen dan kecantikan sama problematisnya: pengindahan disamakan dengan ‘perbaikan diri’ dan fesyen yang konservatif, rapi, dan padu yang menunjukkan

bahwa penampilan remaja putri harus ‘menyenangkan kekasihnya dan bosnya sekaligus mengancam kekuasaan keduanya. Sedangkan perubahan besar yang mengarakterisasi majalah perempuan pada tahun 1980-an adalah kemunduran roman dan peningkatan pop sebagai ‘payung konseptual’ yang memberi identitas pada majalah mereka. Akan tetapi pada masa ini majalah juga semakin memperkenalkan ‘rayuan untuk membeli’ kepada para pembaca mereka. Dalam majalah-majalah baru, identitas feminim tidak lagi didefinisikan melalui roman tetapi diperlihatkan terkonstruksi melalui pemanfaatan komoditas: misalnya, dalam pilihan antara toko Oasis dan Top Shop untuk gaya berpakaian, antara cakram musik Take That atau Blackstreet, antara aktor Keanu Reeves atau Leonardo DiCaprio. Menurut McRobbie, keburukan proses ini adalah pembaca semakin dianggap ‘konsumen’ (Hollows, 2007 : 221).

McRobbie (1991) menjelaskan bahwa terdapat bukti ‘perkembangan’ pada halaman mode dan kecantikan. Menurut McRobbie, dengan mempelajari bagaimana mengonstruksi identitas feminim melalui pelbagai barang konsumen, para remaja putri ini didorong untuk bereksperimen dan menjadi kreatif. Para remaja putri, dipengaruhi oleh visual pop, diajak untuk mengenakan pelbagai barang baru, bekas, dan yang dibuat khusus untuk menciptakan penampilan yang menjadi ‘ciri khas’ mereka sendiri. Fesyen memperlihatkan ‘parade spektakuler gaya retro, membangkitkan kembali subkultur yang muncul saling berdampungan’ (Hollows, 2007: 222).

Remaja perempuan modern bukan hanya menjadi objek kekerasan struktural sebagaimana ditunjukkan lewat halaman muka majalah perempuan yang mengeksploitasi

postur tubuh, pakaian, model rambut, jenis aktivitas, tapi mereka juga digiring untuk terus menyesuaikan diri dengan citra seperti tercermin di media.

2. Makna Sampul Majalah Melalui Pendekatan Semiotik

a. Pendekatan Semiotika Komunikasi

Melalui simbol-simbol yang ditampilkan dalam sampul depan sebuah majalah remaja perempuan terkandung makna yang dapat ditangkap oleh khalayak. Pendekatan semiologi dipilih karena pendekatan ini bisa memberikan ruang yang luas untuk melakukan interpretasi pada halaman muka majalah sehingga pada akhirnya bisa diperoleh makna-makna yang ada di dalamnya.

Analisis semiotik (*semiotical analysis*) merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks. Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta sistem lambang (*sign*) baik terdapat pada media massa (seperti berbagai paket tayangan televisi, karikatur media cetak, film, sandiwara radio, dan berbagai bentuk iklan) maupun yang terdapat di luar media massa (seperti karya lukis, patung, candi, monumen, fashion show, dan menu masakan pada suatu *food festival*). Urusan analisis semiotik melacak makna-makna yang diangkut dengan tekslah yang menjadi pusat perhatian analisis semiotik (Pawito, 2007 : 155).

Akhir abad ke- 19, gagasan seorang linguis Swiss, Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan filsuf Amerika, Charles S. Pierce (1839-1914) menjadi mimbar tempat bidang penelaahan otonom dibentuk secara perlahan di abad ke- 20 (Danesi, 2010 : 12).

Dalam usaha mencari makna suatu tanda Pierce membuat teori *triangle meaning* yang terdiri atas *sign*, *object*, dan *interpretant*. Salah satu bentuk tanda adalah kata, sedangkan *object* adalah sesuatu yang dirujuk tanda, sementara *interpretant* adalah tanda yang ada dalam bentuk seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut (Sobur, 2004 : 115).

Sedangkan menurut Ferdinand de Saussure (1857-1913), semiotika itu adalah ilmu yang mempelajari kehidupan tanda-tanda dalam masyarakat dapat dibayangkan yang ada. Ia akan menjadi bagian dari psikologi sosial dan karenanya juga bagian dari psikologi umum. Masih menurut Saussure, semiologi berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang artinya “tanda”. Semiologi akan menunjukkan hal-hal yang membangun tanda-tanda dan hukum-hukum yang mengaturnya. Lalu ahli semiotika Perancis, Roland Barthes (1915-1980) yang menggambarkan kekuatan penggunaan semiotika untuk membongkar struktur makna yang tersembunyi dalam tontonan, pertunjukan sehari-hari, dan konsep-konsep umum (Danesi, 2010 : 14).

Semiologi menurut Barthes adalah ilmu tentang bentuk, sebab ia mempelajari penandaan secara terpisah dari kandungannya. Semiologi memostulatkan hubungan dua istilah, penanda dan petanda. Hubungan ini berkaitan dengan objek-objek dari kategori yang berlainan, dan inilah yang menjadi alasan bahwa hubungan ini tidak bersifat keseragaman, melainkan persamaan. Dalam konteks ini yaitu dalam bahasa sehari-hari penanda dianggap *mengungkapkan (to express)* petanda. Sedangkan dalam sistem semiologi ada tiga istilah yaitu penanda, petanda, dan tanda (Barthes, 2006 : 156 - 158).

Cakupan kajian Barthes sangat luas, yakni meliputi kesusastraan, perfilman, busana, dan berbagai fenomena kebudayaan lainnya, seperti; sebuah bahasa isyarat, sebuah film, sekeping musik, sebuah gambar iklan, dan semua obyek-obyek heterogen (mempunyai jenis yang beragam) (Kurniawan, 2001).

Dapat disimpulkan bahwa makna pada tataran pertama menurut Barthes adalah denotasi, yaitu sebuah pemahaman langsung dari sebuah tanda tanpa memperhatikan kode social yang lebih luas, sedangkan pemaknaan pada tataran kedua disebut konotasi. Untuk dapat melihat proses pemaknaan dua tahap ini lebih rinci, berikut peta tanda Barthes mengenai sebuah tanda bekerja :

Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (PENANDA)	2. Signified (PETANDA)
3. Denotative Sign (TANDA DENOTATIF)	
4. Connotative signifier (PENANDA KONOTATIF)	5. Connotative signified (PETANDA KONOTATIF)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Sumber : Paul Cobley & Liza Jansz 1999. *Introducing Semiotics*, NY: Totem Books, hlm. 51 (Sobur, 2001)

Dari peta tanda di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda

konotatif (4). Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Menurut Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna sensor, atau represi polistis. Sementara konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran pada nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Sobur, 2004 : 68-69).

Barthes menyempurnakan teori semiotik Saussure yang hanya berhenti pada pemaknaan penanda dan petanda saja (denotasi). Roland Barthes mengulas apa yang sering disebut dengan system pemaknaan tataran kedua yang dibangun atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini disebut Roland Barthes sebagai konotasi, yang menyelidiki makna-makna konotatif atau sekunder dalam bentuk mitos.

Dalam mitos terdapat pola tiga dimensi: penanda, petanda, dan tanda. Mitos adalah cara penandaan sebuah bentuk (*signification*). Mitos ini adalah sistem semiologis tingkat kedua yang terbentuk dari serangkaian rantai semiologis sebelumnya. Tanda (yakni gabungan total antara konsep dan citra) pada sistem pertama, menjadi penanda pada sistem kedua, dimana materi-materi (bahasa, fotografi, lukisan, poster, ritual, objek-objek, dan yang lainnya) – meskipun pada awalnya berbeda – direduksi menjadi fungsi pendandaan mumi begitu mereka ditangkap oleh mitos (Barthes, 2006 : 161).

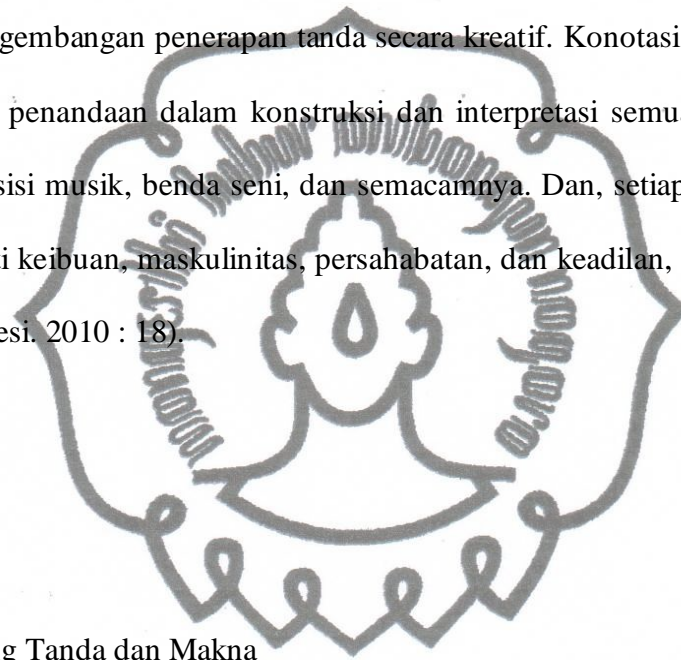
Andrew Leak dalam jurnal ilmiahnya, *Phago-citations: Barthes, Perec and the Transformation of Literature*, (Leak, <http://proquest.umi.com/pqdweb/ptn063>, 2009), mengungkapkan bahwa:

“Mythologies was a collection of short essays written that constituted a kind of “mythical corpus on the consumer society”. Their subject matter was extremely varied: newspaper and magazine articles, photographs and films, social rituals and cultural events, advertisements and election posters, and the hairstyle of a newsworthy cleric! Barthes's corpus was potentially unlimited because myth itself knew no bounds: “everything can be a myth provided it is conveyed by a discourse.”² Myths are messages within messages, and Barthes sought to analyze precisely how these secondary messages are constructed and received.”

“Mitologi adalah salah satu koleksi dari tulisan essay pendek tentang dongeng pada masyarakat consumer dan menjadi pembicaraan yang luar biasa. Variasinya : artikel surat kabar dan majalah, fotografi dan film, ritual masyarakat, dan event kebudayaan, iklan dan poster pemilihan, dan gaya rambut pun patut dijadikan berita. Corpus Barthes memiliki potensi tanpa batas karena mitos itu sendiri tidak mengenal adanya loncatan: “semua hal bisa menjadi mitos yang disampaikan melalui sebuah wacana.”² mitos adalah pesan di bawah pesan, dan Barthes menjelaskan bagaimana pesan kedua ini dikonstruksi dan diterima.”

Secara esensial, penandaan adalah proses yang terjadi di pikiran pada saat penggunaan atau penafsiran tanda. Maka dari itu berkembang satu atau dua cara yang

dikenal sebagai denotasi dan konotasi. Evokasi untuk citraan mendasar dikenal sebagai denotasi. Misalnya, kata *house* (rumah) membangun citraan yang dapat digolongkan sebagai struktur “tempat tinggal manusia”. Denotasi inilah yang memungkinkan kita apakah objek yang kita teliti itu nyata atau imajiner tertentu, apa pun dimensinya, atau bentuk tertentu yang dimilikinya, dan seterusnya. Sedangkan konotasi memungkinkan terjadinya pengembangan penerapan tanda secara kreatif. Konotasi, malahan, merupakan mode operatif penandaan dalam konstruksi dan interpretasi semua teks kreatif – puisi, novel, komposisi musik, benda seni, dan sebagainya. Dan, setiap tafsiran konsep khas budaya, seperti keibuan, maskulinitas, persahabatan, dan keadilan, senantiasa melibatkan konotasi (Danesi, 2010 : 18).



b. Teori tentang Tanda dan Makna

Pesan bisa terdiri dari berbagai bentuk tulisan atau representasi; bukan hanya dalam bentuk wacana tertulis, namun juga berbentuk fotografi, sinema, reportase, olahraga, pertunjukkan, dan publikasi (Barthes, 2006 : 153).

Sebuah pesan dapat mempunyai lebih dari satu makna, dan beberapa pesan dapat mempunyai makna yang sama. Dalam media massa, seperti dalam seni, kasusnya lebih sering berupa beberapa lapis makna yang terbangun dari pesan yang sama. Sedangkan dalam semiotika sendiri lebih memperhatikan makna pesan dan cara pesan disampaikan melalui tanda-tanda (Danesi, 2010 : 23).

Tanda adalah segala sesuatu – warna, isyarat, kedipan mata, objek, rumusan matematika, dan lain-lain – yang merepresentasikan sesuatu yang lain selain dirinya. Hal yang dirujuk oleh tanda, secara logis, dikenal sebagai objek atau petanda. Ada dua jenis objek atau petanda yaitu konkrit dan abstrak. Petanda konkrit adalah sesuatu yang dapat ditunjukkan hadir di dunia nyata. Sedangkan petanda abstrak bersifat imajiner dan tidak dapat diindikasikan. Tanda-tanda memungkinkan kita untuk merujuk pada benda dan gagasan walaupun mereka tidak hadir secara fisik hingga dapat dipersepsi oleh indera kita. Sesuatu dianggap tanda bila ia memiliki bentuk tertentu (dapat diulang dan diprediksi) dan dikonstruksi dalam cara tertentu (terpola) (Danesi, 2010 : 7).

Manusia dengan sengaja menggunakan tanda-tanda untuk menggambarkan sesuatu dalam angan-angannya. Gambaran itu diharapkan dapat menghadirkan penafsiran yang sesuai dengan yang diharapkan untuk dipahami orang lain. Hubungan antara penanda dan petanda berdasarkan pada ide-ide dan diakui keberadaannya oleh masyarakat, sehingga periklanan, media massa, dan lain-lain, menggambarkan sesuatu yang ada di masyarakat. Beberapa istilah yang ada hubungannya dengan tanda-tanda (Berger, 2005: 133) :

- a. *Signemes* atau *Sign Elements* : elemen tanda. Elemen tanda merupakan elemen yang paling mendasar dalam tanda, elemen yang tidak dapat dibagi kecil lagi. Tanda tersebut adalah tanda yang paling sederhana.
- b. *Sign* : tanda. Tanda lebih kompleks dari elemen tanda dan dapat disebut sebagai tanda yang kompleks, kecuali bahwa tanda tersebut sedikit susah dipakai sebagai istilah. Suatu tanda adalah sebagai sesuatu yang berarti (atau

dapat dibuat untuk mengartikan) sesuatu yang lain atau yang dapat digunakan untuk mengartikan sesuatu yang lain. Tanda merupakan kumpulan elemen-elemen tanda.

- c. *Icon* : patung. Suatu patung adalah suatu kumpulan tanda-tanda visual, seperti dalam foto, suatu bingkai film, suatu “gambar fragmen” dari suatu acara televisi, iklan dan sebagainya. Suatu patung (*icon*), seperti foto dapat memperlihatkan orang yang mengenakan pakaian atau kostum tertentu, dalam lokasi tertentu, melakukan aktivitas tertentu: dan semua perwujudan ini merupakan tanda-tanda yang dapat dibaca untuk mengetahui artinya.
- d. *Sign Assemblage* : kumpulan tanda. *Sign Assemblage* ini merupakan kumpulan tanda-tanda pendengaran seperti halnya dalam dunia visual yang terdapat dalam suatu bagian waktu yang relatif singkat. Suatu kumpulan tanda merupakan bagian suatu cerita atau teks.
- e. *Text* : teks. Ini merupakan suatu istilah yang digunakan, secara kuno, untuk mengartikan kumpulan tanda-tanda yang berhubungan secara sistematis dalam sebuah cerita, seperti dalam suatu film, acara televisi, drama, dan seterusnya. Teks digunakan untuk mengartikan inti atau pokok analisis (yang berarti bahwa iklan koran dan majalah juga merupakan teks yang relatif sederhana).

Dalam memahami pesan, tanda, dan makna, semiotika lebih memperhatikan makna pesan, dan cara pesan disampaikan melalui tanda-tanda. Sedangkan menurut Charles Pierce, tugas pokok semiotika adalah mengidentifikasi, mendokumentasikan, dan

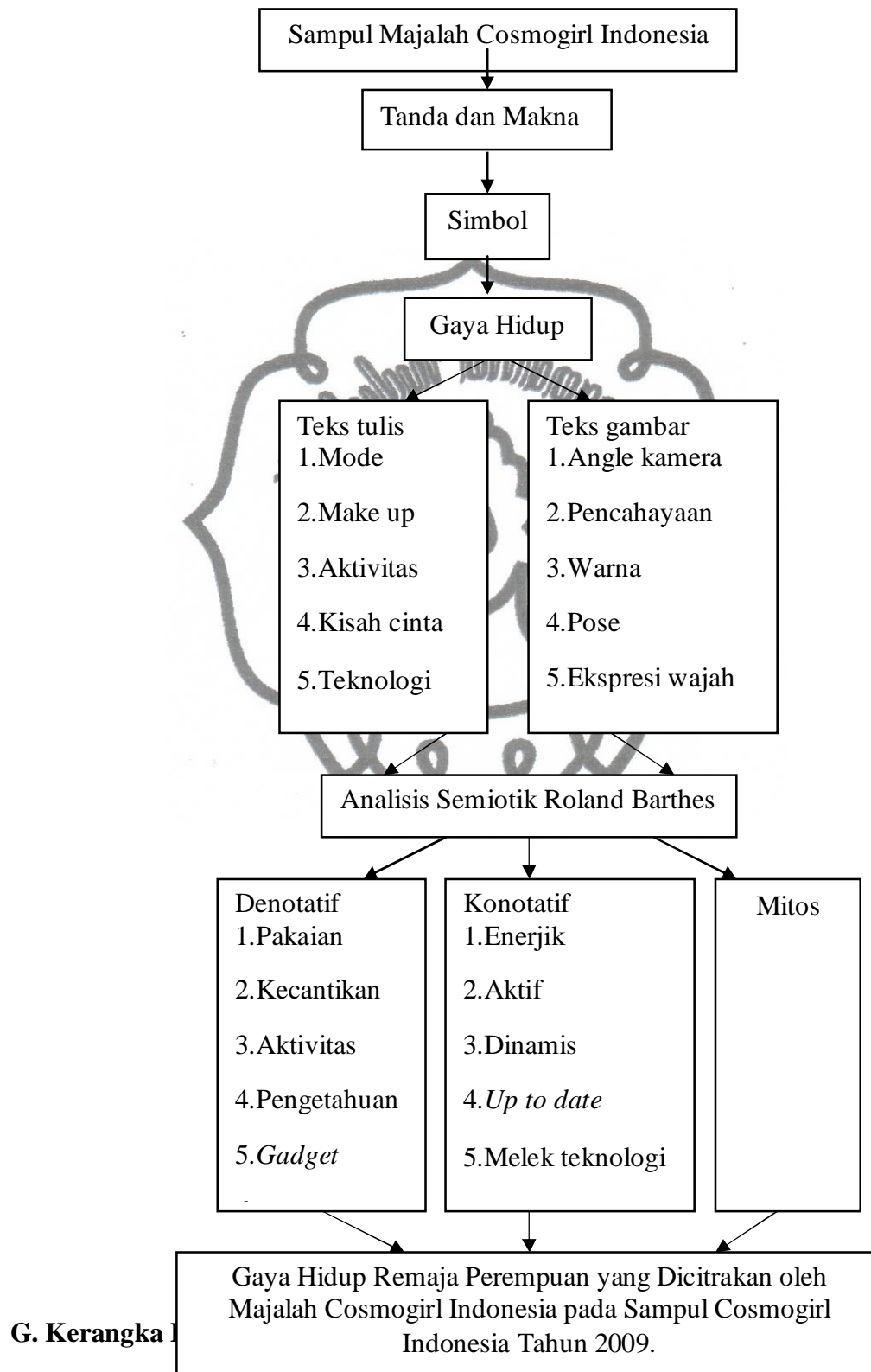
mengklasifikasi jenis-jenis utama tanda dan cara penggunaannya dalam aktivitas yang bersifat representatif. Karena jenis-jenis tanda berbeda di tiap budaya, tanda menciptakan pelbagai pencontoh mental yang pasti akan membentuk pandangan yang akan dimiliki orang terhadap dunia (Danesi, 2010 : 33).

F. Kerangka Pemikiran

Sampul majalah remaja perempuan diciptakan dari berbagai tanda-tanda yang terjalin sehingga membentuk makna. Makna yang terdapat dalam sampul depan majalah tersebut adalah misi yang hendak disampaikan oleh redaksi majalah kepada para pembacanya. Makna yang terbentuk dari tanda-tanda tersebut dapat berupa makna denotatif atau makna yang paling nyata atau makna konotatif yang memerlukan kedalaman interpretasi.

Pada tahap ini penulis memilih metode semiotika Roland Barthes sebagai pedoman analisis yang paling tepat. Berbagai gaya hidup remaja perempuan didalam masyarakat modern yang muncul dalam sampul majalah Cosmogirl Indonesia baik itu sifatnya nyata ataupun tersembunyi dan dianalisis berdasarkan tahap-tahap yang telah ditentukan yaitu tahap denotasi dan konotasi. Penulis juga akan menangkap misi sampul majalah Cosmogirl Indonesia tersebut.

Bagan Kerangka Pemikiran



Untuk menghindari perbedaan pengertian atau penafsiran mengenai variabel-variabel penelitian yang diketengahkan antar konsep yang dimaksudkan peneliti dan pembaca, maka diperlukan dasar-dasar konsep yang jelas, yaitu:

1. Makna

Makna ada dalam persepsi yang dibawa oleh setiap orang dan tidak terletak dalam elemen-elemen sampul majalah. Makna juga tidak terletak pada kata-kata tetapi pada pikiran orang, yakni pada persepsinya. Makna terbentuk karena pengalaman masing-masing individu. Setiap individu akan memiliki makna yang berlainan tentang sesuatu. Pengalaman masa lalu dan kesamaan struktur kognitif mempengaruhi terbentuknya makna dalam benak individu. Demi mengerucutnya pencarian makna dalam penelitian ini, maka pengkategorisasian makna akan difokuskan pada :

- a. Makna Denotasi Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009.
- b. Makna Konotasi Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009.

2. Sampul Majalah (Cosmogirl Indonesia)

Majalah adalah media cetak itu bersampul, setidaknya-tidaknya punya wajah, dan dirancang secara khusus (Junaedhi, 1995 : xxxi). Dalam hal ini sampul majalah yang digunakan sebagai objek penelitian adalah dua belas sampul majalah Cosmogirl bulan Januari sampai Desember tahun 2009.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini bersifat interpretative kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif (data yang bersifat tanpa angka-angka atau bilangan/tidak berdasarkan bukti-bukti empirik pada logika matematika, prinsip-prinsip bilangan, ataupun teknik-teknik analisis statistik), sehingga data lebih didasarkan pada hal-hal diskursif seperti transkrip dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen-dokumen tertulis, dan data nondiskursif (seperti candi, patung, arsitek bangunan, musik, video, dll) (Pawito 2007: 37). Tujuan penelitian kualitatif adalah lebih dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau pemahaman mengenai gejala (Pawito, 2007: 44)

2. Metode Analisis

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis semiotik (semiotical analysis). Merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang pesan atau teks (Pawito, 2007: 155). Metode analisis pendekatan semiotik bersifat interpretative kualitatif, maka secara umum teknik analisis datanya menggunakan alur yang lazimnya dikonversikan ke dalam bentuk-bentuk narasi yang bersifat diskriptif sebelum dianalisis, diinterpretasi, dan kemudian disimpulkan (Pawito 2007: 37). Metode ini memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan dan memahami kode (*decoding*) dibalik tanda dan teks objek yang diteliti.

3. Obyek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia terdiri dari 12 sampul majalah Cosmogirl Indonesia edisi Januari sampai Desember tahun 2009, yang akan dibahas lambang-lambang komunikasi yang digunakan dan aspek fotografi yang mendukung terbentuknya makna sampul majalah tersebut. Sehingga dari hal tersebut akan diperoleh makna yang berupa makna denotasi dan konotasi dari hubungan lambang-lambang komunikasi dan aspek fotografi dalam sampul majalah tersebut. Aspek fotografi yang ditampilkan yaitu:

a. Visual images

Merupakan segala sesuatu yang tertuang dalam sampul majalah yang merupakan gambar diam. Visual images ini dibangun oleh visual styles diantaranya warna, ekspresi, dan ruang. Selain itu juga termasuk cameraangle, lighting, dan setting.

b. Teks verbal

Teks verbal adalah bagian dari sampul majalah sebagai pendukung dari sampul majalah itu sendiri. Teks verbal yang dimaksud berasal dari logo, merk dagang (nama majalah), semboyan, topik utama, maupun topik pendamping.

4. Elemen Analisis

Dalam penelitian ini lambang-lambang komunikasi yang akan diteliti oleh peneliti adalah sampul majalah Cosmogirl Indonesia. Untuk menemukan makna dalam sampul majalah tersebut, maka diperlukan pengamatan yang seksama terhadap elemen-

elemen yang membentuk dan menjadi unsur dari tampilan visual sampul majalah tersebut.

a. Visualisasi, yang terdiri dari :

1. Karakter Tokoh

Karakter tokoh yang ditampilkan dalam sampul menjadi penggerak dari sampul majalah tersebut, karena karakter (tokoh) itu mempunyai pribadi, watak dan sifat-sifat dimensional. Beberapa kode yang berlaku di masyarakat diantaranya kode universal dan kode sosial. Untuk kode universal contohnya mimik wajah atau ekspresi suasana seseorang (senang, sedih, malu, takut, terkejut, marah, heran, dan lain sebagainya). Sedangkan kode sosial contohnya hubungan antara pria dan wanita, cakupan wilayah seperti identitas dan tingkatan, aturan-aturan dalam bertingkah laku, dan lain sebagainya.

2. *Setting*

Setting adalah seluruh latar bersama segala propertinya.

4. Warna

Warna mempunyai peranan mempengaruhi dan merangsang mata manusia yang dapat membangkitkan emosi pembaca-nya.

5. Properti

Segala sarana dan prasarana yang mendukung pembuatan sampul majalah seperti perabot, pintu, jendela, kursi, lampu, dan sebagainya.

b. Teks verbal, dilihat dari:

Teks verbal yang terdapat dalam sampul majalah terdiri dari nama majalah, *headline*- topik utama, topik pendamping, logo, dan *cover story*-cerita sampul.

5. Jenis Data

a. Jenis Data Primer

Adalah data yang menjadi subjek penelitian ini yaitu 12 sampul depan majalah Cosmogirl Indonesia edisi Januari sampai Desember tahun 2009. Peneliti mengambil satu edisi di tiap bulannya, dimana tiap bulannya Cosmogirl Indonesia menerbitkan satu edisi.

b. Jenis Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dengan cara mengambil dari berbagai sumber tulisan artikel, buku-buku, sumber-sumber dari internet yang berkaitan dengan objek penelitian yang dapat mendukung penelitian ini.

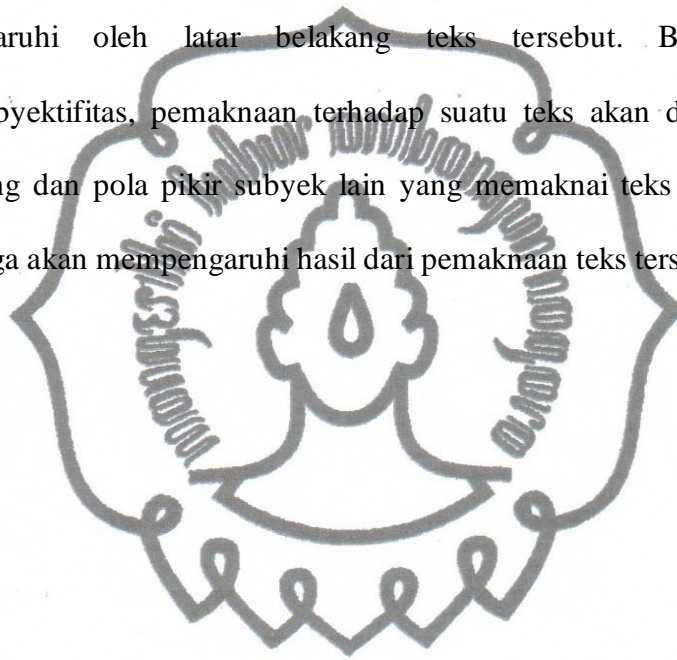
6. Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis yang ditawarkan Roland Barthes. Langkah-langkah analisa data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Peneliti melakukan pengamatan mendalam dan mengenali lebih jauh tanda-tanda komunikasi yang terdapat dalam sampul majalah Cosmogirl Indonesia baik berupa teks verbal maupun visualnya berupa lambang-lambang serta unsur fotografi.

- Dari data yang telah didapat, untuk selanjutnya dijelaskan makna denotasinya. Makna denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, yaitu apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah obyek. Denotasi didapat dari pengamatan langsung dari tanda-tanda yang ada yang menghasilkan makna nyata, makna yang sebenarnya hadir.
- Kemudian berdasarkan makna denotasi yang telah didapatkan maka akan didapat makna-makna konotasi dari lambang-lambang komunikasi yang ada. Makna konotasi merupakan penciptaan makna lapis kedua yang terbentuk ketika lambang denotasi dikaitkan dengan aspek psikologis, seperti perasaan, emosi, atau keyakinan. Karena pada dasarnya penanda konotasi dibangun dari tanda-tanda dari sistem denotasi. Biasanya beberapa tanda denotasi dapat dikelompokkan bersama untuk membentuk satu konotator tunggal; sedang petanda konotasi berciri sekaligus umum, global, dan tersebar. Petanda ini memiliki komunikasi yang sangat dekat dengan budaya, pengetahuan, dan sejarah (Kurniawan, 2001: 68). Didalam proses ini terjadi interaksi antara teks dengan kultur dan *frame of referens* peneliti, maka pada akhirnya berdasarkan makna-makna yang berlaku di dalam masyarakat kita mendapatkan makna konotasi dari sampul majalah Cosmogirl Indonesia tersebut.
- Untuk dapat membongkar sebuah makna ideologis dari praktik pertandaan, diperlukan prinsip-prinsip *intertekstualitas* dan *intersubyektifitas*. Teks dalam pengertian umum adalah dunia semesta ini, bukan hanya teks tertulis atau teks lisan. Adat istiadat, kebudayaan, film, iklan secara pengertian umum adalah teks. Dimulai dengan analisis bersifat teknis (kode-kode verbal dan nonverbal dalam

iklan), kajian semiotika senantiasa menghubungkan isi teks dengan "teks" lain berupa isi media lain dan bahkan fenomena sosiokultural masyarakat yang lebih luas. Asumsi dasar interteks adalah sebuah teks tidak dapat dilepaskan sama sekali dari teks lain atau tidak dapat berdiri sendiri (Endraswara, 2003:131). Prinsip intertekstualitas adalah didalam suatu teks terdapat suatu teks lain yang dipengaruhi oleh latar belakang teks tersebut. Begitu pula dengan intersubyektifitas, pemaknaan terhadap suatu teks akan dipengaruhi oleh latar belakang dan pola pikir subyek lain yang memaknai teks tersebut sebelumnya, sehingga akan mempengaruhi hasil dari pemaknaan teks tersebut.



BAB II

DESKRIPSI OBYEK KAJIAN

A. Perkembangan Industri Majalah di Indonesia

Keberadaan majalah di Indonesia mulai dikenal pada masa menjelang dan awal kemerdekaan Indonesia. Pada tahun 1945 terbit majalah bulanan dengan nama *Panja Raja* pimpinan *Markoem Revue Indonesia* yang diterbitkan oleh Soemanang, SH. Pada awalnya, tujuan kehadiran majalah sama halnya dengan surat kabar yaitu dalam untuk mengobarkan semangat perlawanan rakyat terhadap bahaya penjajahan serta menempa persatuan nasional. Selanjutnya, masuk pada masa Orde Lama di mana perkembangan majalah tidak begitu baik karena jumlah majalah yang terbit relatif sedikit. Ini akibat adanya pedoman resmi penerbitan surat kabar dan majalah oleh penguasa tertinggi pada masa itu. Sedangkan pada masa Orde Baru, mulai banyak bermunculan berbagai jenis majalah (<http://oliviadwiayu.wordpress.com/2006/11/03/bentuk2-media-massa/>).

Saat ini, di tengah gempuran media-media yang mengedepankan teknologi terbaru, majalah tetap eksis dengan jurus lama yaitu menjual segmentasi, mengupayakan kemasan yang *eye catching*, permainan warna, desain, dan kualitas kertas sebagai *selling point*. Sangat berbeda dengan surat kabar, majalah dituntut lebih fokus untuk menjangkau khalayak atau target audiens tertentu. Segmentasi majalah mulai tampak pada akhir tahun 1970-an. Pada waktu itu, telah terbit sejumlah media cetak yang membahas masalah spesifik dengan pembaca khusus. Segmentasi itu tampak dari spesialisasi tema majalah seperti majalah seperti majalah khusus ekonomi, keagamaan, kesehatan, anak-anak, remaja, wanita, keluarga, pertanian, otomotif, ilmu pengetahuan dan teknologi, sastra

atau budaya, psikologi, hukum dan kriminal, tata boga, manajemen atau perbankan, pariwisata, interior, olahraga, kesehatan, industri, ketenagakerjaan, komputer, pertanian, arsitektur, fotografi, komputer, handphone, hobi dan hiburan (musik, film, game, komik, mainan). Beberapa grup konglomerasi penerbitan majalah sebagai pemain besar antara lain Gramedia, Suara Pembaruan, Jawa Pos, Femina, MRA (Mugi Rekso Abadi), Media Indonesia dan Pinpoint.

Vivian (2002) menyatakan bahwa majalah-majalah semakin fokus dengan target pasar yang sangat spesifik. Teknologi *desktop publishing* yang semakin canggih dengan sistem komputerisasi memudahkan proses editing dan *lay-out* sehingga memudahkan, mempercepat, dan meminimalkan kesalahan pencetakan. Selain itu industri majalah-majalah juga diwarnai dengan sistem waralaba – *franchise*, yakni terjemahan ke dalam berbagai bahasa, baik yang seluruhnya merupakan adaptasi dari versi aslinya maupun yang sebagian disesuaikan dengan konteks lokal dan cita rasa negara lain (<http://bincangmedia.files.wordpress.com/2010/05/majalah>).

Tabel Majalah Waralaba di Indonesia

No.	Tahun Terbit	Media	Segmen	Penerbit
1.	April 1973	<i>Bobo</i>	Anak-anak	Gramedia
2.	1997	<i>CHIP</i>	Komputer	Elex Media
3.	September 1997	<i>Cosmopolitan</i>	Wanita/Lifestyle	Grup MRA
4.	2000	<i>Health Today</i>	Kesehatan	Infomaster
5.	Mei 2000	<i>F1 Racing</i> <i>Indonesia</i>	Olahraga	Quadra Media Publicia

6.	Mei 2000	<i>Herpers</i> <i>BAZAAR</i>	Wanita/Lifestyle	Media Insani Abadi
7.	Juni 2000	<i>Autocar</i>	Otomotif	Grup MRA
8.	Agustus 2000	<i>Female</i> <i>Indonesia</i>	Wanita/Lifestyle	Mediamilenia
9.	Oktober 2000	<i>Her World</i> <i>Indonesia</i>	Wanita/Lifestyle	Media Ikrar Abadi
10.	November 2000	<i>Lisa</i>	Wanita	Pin Point
11.	Maret 2001	<i>Golf Digest</i>	Olahraga	Media Golfindo
12.	April 2001	<i>Komputer Aktif</i>	Komputer/TI	Gramedia
13.	Agustus 2001	<i>Men's Health</i>	Kesehatan	Grup Femina
14.	Agustus 2001	<i>Rally XS</i>	Olahraga	Quadra Media
15.	September 2001	<i>Motorriders</i>	Otomotif/ Olahraga	Grup MRA
16.	Oktober 2001	<i>Cosmo Girl</i>	Remaja Putri	Grup MRA
17.	November 2001	<i>Seventeen</i>	Remaja Putri	Grup Femina
18.	2001	<i>T3 Indonesia</i>	Komputer/TI	Tri Teknologi Tunggal

Sumber: Hersinta, Tesis, Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia, 2002

(<http://bincangmedia.files.wordpress.com/2010/05/majalah>).

B. Sejarah Singkat Majalah Cosmogirl Indonesia

Majalah Cosmogirl Indonesia adalah “adik” dari majalah Cosmopolitan

Indonesia yang sudah beredar lebih dulu di pasaran Indonesia pada tahun 1997. Seperti
commit to user

halnya majalah Cosmopolitan Indonesia, majalah ini pun kemudian dialih bahasakan ke dalam bahasa Indonesia. Meskipun demikian, tak jarang pembaca akan menemukan istilah-istilah asing yang tertulis dalam Cosmogirl Indonesia.

Majalah Cosmogirl Indonesia ini merupakan majalah waralaba yang lisensinya dipegang oleh PT. Higina Alhadin milik grup Mugi Rekso Abadi (MRA). Sebuah perusahaan yang dimiliki oleh Adiguna Sutowo dan Soetikno Soedarjo, MRA bergerak di banyak usaha yang pada umumnya berbau gaya hidup dan hiburan yang dibagi dalam lima divisi yaitu: makanan, minuman, berbagai media seperti otomotif, gaya hidup, dan hiburan, serta hotel dan properti. Semua divisi tersebut memiliki segmen utama, yaitu gaya hidup

(http://www.mra.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=54).

C. Karakteristik Majalah Cosmogirl Indonesia

Majalah Cosmogirl Indonesia selalu mengajak pembacanya untuk percaya diri dan menghargai dirinya sendiri sebagai pribadi yang selalu nyaman dengan apa yang mereka ingin lakukan. Berbagai rubrik rutin yang dimuat dalam Cosmogirl Indonesia antara lain *entertainment* (hiburan), *fashion* (busana), *relationship* (jalinan hubungan), *self improvement* (pengembangan diri), *beauty* (kecantikan), *culture* (budaya), dan *humanity* (kemanusiaan).

Slogan yang diusung oleh Cosmogirl Indonesia adalah CosmoGIRL! Is Born To Lead, CG!. Maksud dari slogan tersebut adalah Cosmogirl Indonesia akan selalu mendorong pembacanya untuk menjadi pemimpin dalam segala aspek kehidupan mereka. Mulai dari menjadi *trend-setter* (pembawa trend), berani dengan apa yang mereka

commit to user

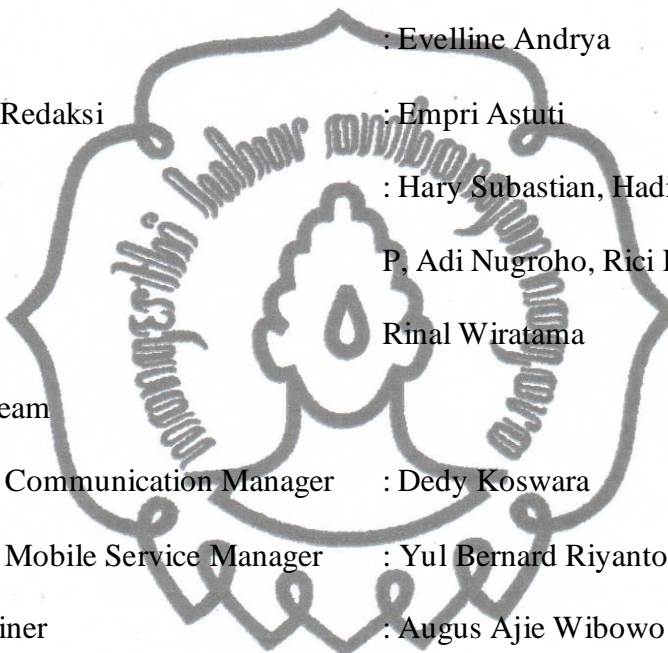
percayaai, merasa nyaman dengan keadaan mereka, dan berani mengemukakan pendapatnya.

D. Profil Majalah Cosmogirl Indonesia

- 
1. Nama Perusahaan Penerbit : PT. Media Rahayu Citra
 2. Komisaris Utama : Soetikno Soedarjo
 3. Komisaris : KAI Arief Iman Selomulya
 4. Direktur Utama : Dian M Soedarjo
 5. Direktur : Widhi Darmawan
 6. General Manager : Indriati Wirjanto
 7. Alamat Redaksi : Wisma Chita Kirana
Jl. Lombok 73, Menteng, Jakarta 10350
Indonesia
 8. No Telp / Fax : +62 21 315 2672 / +62 21 390 3964
 9. Website : www.cosmogirl.co.id

E. Susunan Redaksi Cosmogirl Indonesia

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Pemimpin Redaksi | : Reine M.Y. |
| Koordinator Mode & Kecantikan | : Ria Lirungan |
| Koordinator Pengarah Gaya | : Michael Pondaag |
| Editor Eksekutif | : Agni Pratistha A. K. |
| Feature | |
| Senior Editor | : Sheila Oktya Finnahari |



Mode & Kecantikan	: Anindita Saryuf, Margaretha Novianty, Cinta Ruhama Amels
Artistik	
Senior Desainer	: Dyah Tri Wulandari
Desainer	: Marisya Miranty, Yoan Margono
Ilustrator	: Evelline Andrya
Sekretaris Redaksi	: Empri Astuti
Fotografer	: Hary Subastian, Hadi Cahyono, Yuniardi P, Adi Nugroho, Rici Linde Laily Rachev, Rinal Wiratama
Website Team	
Marketing Communication Manager	: Dedy Koswara
Internet & Mobile Service Manager	: Yul Bernard Riyanto
Web Desainer	: Agus Ajie Wibowo
Web Programmer	: Muhammad Hafizh
Copy Writer	: Verawati Waloeoyo
Komersial	
Relasi Media	: Dewianti Tjondronegoro, Peni Andriani, Caroline
Iklan & Promosi	: A.E. Susyana, Herly Gunawan, Lydia Famela, Nuke Firman, Laili Fauziah
Layanan Marketing	: Sirikit Kumaat, Skriptina Erawati
Keuangan	: Agustina

Personalia/Umum

: Sondang Anggraeni

F. Target Audiens Majalah Cosmogirl Indonesia

- *Target Audience : segmented F, ABC1, 13-18*

Keterangan

F : Female (Wanita)

13-18 : Umur diantara 13-18 tahun

Segment : Segmentasi dari pembaca yang bisa dipilah-pilah berdasarkan berbagai kategori seperti umur, domisili, dan *expenditure*.

Expenditure : Besarnya pengeluaran rata-rata per bulan oleh tiap individu untuk memenuhi kebutuhannya, dan tidak termasuk tabungan.

Expenditure terbagi dalam kelas-kelas:

A1 = di atas Rp 3.500.000 / bulan

A2 = Rp 2.500.001 - Rp 3.500.000 / bulan

B = Rp 1.750.001 - Rp 2.500.000 / bulan

C1 = Rp 1.250.001 - 1.750.000 / bulan

C2 = Rp 900.001 - Rp 1.250.000 / bulan

D = Rp 600.001 - Rp 900.000 / bulan

E = di bawah / sama dengan Rp 600.000 / bulan

G. Rubrik Majalah Cosmogirl Indonesia

Isi majalah ini terdiri dari beberapa rubrik. Beberapa rubrik ini merupakan rubrik inti yang artikelnya tetap. Sedangkan rubrik yang lainnya memang masih merupakan rubrik tetap tetapi dengan artikel yang berbeda. Biasanya artikel-artikel tersebut membahas seputar masalah dan hal-hal yang berkaitan dengan remaja putri baik yang berhubungan dengan kesehatan, kecantikan, tips tentang fashion, musik, buku, teknologi, dan lain-lain.

Berikut ini rubrik-rubrik yang ada di Cosmogirl Indonesia :

Rubrik-rubrik Majalah Cosmogirl Indonesia

Rubrik	Deskripsi
HEY – Surat dari editor	Rubrik ini berisi uraian singkat yang ditulis oleh wakil pemimpin redaksi tentang isi keseluruhan dari majalah.
SPEAK UP – Apa kata mereka tentang Cosmogirl Indonesia	Berisi tentang surat-surat pembaca baik itu berupa pujian, masukan, atau kritikan.
ADUH! – Lebih baik ditelan bumi	Tentang cerita atau pengalaman pribadi yang memalukan dari pembaca di Indonesia. Rubrik ini biasanya terdiri dari beberapa tulisan yang dikelompokkan menjadi dua jenis. Pertama, pengalaman dari pembaca Cosmogirl Indonesia. Kedua, pengalaman dari selebritis (umumnya selebritis luar negeri).

ASTROLOGI – Bintangmu	Berisi ramalan bintang khusus untuk perempuan.
SHOP INFO	Berisi alamat-alamat barang (baju, buku, pernak-pernik, dan lain-lain) yang dimuat pada edisi tersebut sehingga pembaca Cosmogirl Indonesia dapat dengan mudah mendapatkannya.
APAAN SIH ?? – Ternyata selebritis bisa kacau juga	Foto-foto selebritis baik dari dalam maupun luar negeri dengan berbagai gaya dan ekspresi yang kemudian diberi komentar jenaka.
CG! DIARY – Liputan acara-acara seru	Berbagai acara dan kegiatan anak muda yang diliput oleh tim Cosmogirl Indonesia, misal : lomba, seminar, pentas musik, pameran, dan lain-lain.
SSSST...	Berisi informasi terbaru seputar selebritis, film, musik, buku, tips menggunakan uang, dan liputan kegiatan sekolah.
TENTANG COWOK	Informasi tentang remaja laki-laki berisi tips serta opini yang diungkapkan remaja laki-laki tentang kepribadian remaja perempuan
FASHION DIVA	Sajian informasi seputar fashion yang sedang populer/ trend di kalangan selebritis luar negeri (ditampilkan dalam artikel gaya seleb), tips seputar fashion, informasi aksesoris seperti pernak-pernik (gelang, kalung, cincin, bros,

	anting, tusuk konde, dan lain-lain).
TAMPIL CANTIK	Membahas hal-hal yang berhubungan dengan kecantikan.
BADAN KAMU	Berbagai informasi seputar kesehatan seperti yang dibahas pada artikel 'kamu perlu tahu', dan rubrik tanya jawab dengan dokter pada artikel 'whats up doc?'
INNER GIRL	Lebih membahas pada hal-hal yang berhubungan dengan kepribadian, mencoba menggali bakat dan kemampuan yang kita punya. Tanya jawab dengan salah satu redaksi Cosmogirl Indonesia.
ARTIKEL SERU	Biasanya informasi yang disajikan bersifat umum, misalnya wawancara pembaca Cosmogirl Indonesia dengan artis idolanya dan cerita pendek.

Secara redaksional majalah Cosmogirl Indonesia memang masih berorientasi ke majalah Cosmogirl edisi Amerika Serikat sehingga secara tampilan dan apa yang disajikan pada majalah Cosmogirl Indonesia ini lebih banyak muatan luar negeri walaupun isinya sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sehingga memudahkan pembaca Cosmogirl Indonesia.

BAB III

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Analisis data merupakan suatu bagian yang menuju titik akhir dari sebuah penelitian, atas data yang ada melalui metode analisis yang dipilih. Pada penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menghadirkan korpus dalam bentuk 12 sampul majalah Cosmogirl Indonesia sepanjang tahun 2009.

Sampul majalah dalam hal ini akan dianalisis layaknya sebuah iklan cetak. Sampul adalah hal yang paling penting dalam beriklan di dunia majalah, yaitu melalui perannya sebagai identitas gaya, sistem semiotik, dan kerangka (Baehr dan Gray, 1997 : 100). Melalui cara pengolahan dan penyajiannya, suatu bentuk fotografi, teater, film, maupun iklan adalah konstruksi dari kumpulan tanda-tanda. Sampul majalah merupakan teks yang dikonstruksikan atas tanda-tanda *visual*. *Visual image* sebagai wujud dari komunikasi non verbal meliputi *angle* kamera, *setting*, karakter tokoh, warna, dan properti. Sedangkan teks verbal yang terdapat dalam sampul majalah terdiri dari nama majalah, *headline*- topik utama, topik pendamping, logo, dan *cover story*- cerita sampul.

Menurut teori Barthes, makna denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian, sensor atau represi politis. Konotasi menurut Barthes identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. (Alex Sobur, 2004: 70).

Denotasi adalah pesan yang sampai pada penerima pesan tanpa harus melakukan penafsiran. Penerima pesan langsung mengakui bahwa itu adalah kenyataan (Sunardi, 2002 : 161). Makna denotasi dapat ditemukan dari hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal, misalnya untuk gambar teknis, informasi ataupun aspek-aspek yang berkaitan dengan produksi, cenderung digunakan tanda-tanda visual yang bersifat denotatif. Sedangkan makna konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan seseorang; maka untuk hal-hal yang bermuatan ekspresi, seperti bentuk, citra, motif, ornament ataupun hal-hal yang bersentuhan dengan aspek humanisitas.

Secara semiotik, konotasi adalah sistem semiotik tingkat kedua yang dibangun di atas sistem semiotik tingkat pertama (denotasi) dengan menggunakan makna (*meaning* atau *signification*) sistem tingkat pertama menjadi *expression* (atau *signifier*) (Sunardi, 2002 : 85). Pada konotasi, aspek ekspresi jauh lebih besar dibanding muatan pengertian yang terdapat dalam denotasi. Oleh karena itu, makna denotasi dapat dikatakan sebagai makna yang sebenarnya sesuai dengan obyek atau citra tersebut dan makna konotasi mengungkap makna yang tersembunyi dalam suatu teks. Tanda-tanda denotasi yang telah muncul kemudian menjadi penanda (*signifier*) konotasi.

Sedangkan mitos dipakai untuk mendistorsi atau mendeformasi kenyataan (*meaning* atau *signification* dari sistem tanda semiotik tingkat pertama). Lewat mitos-mitos itu akan lahir berbagai stereotipe tentang suatu hal atau masalah. Mitos atau sistem mitis dibuat dengan menggunakan sistem semiotik tingkat pertama sebagai *signifier* bagi sistem semiotik tanda tingkat kedua. *Signifier* baru ini disebut *form* dan *signified* disebut

concept. Hubungan antara *form* dan *concept* disebut *signification* atau mitos itu sendiri (Sunardi, 2002 : 86).

Setelah menguraikan makna denotasi yang terkandung dalam kedua belas sampul majalah Cosmogirl Indonesia sepanjang tahun 2009, maka dilakukan analisis lebih lanjut dengan proses signifikasi tingkat kedua. Pemaknaan tahap kedua ini, bermaksud mengungkapkan makna tersembunyi yang terdapat dalam sebuah teks verbal dan non verbal. Selanjutnya, peneliti mencoba memahami makna yang terkandung dalam kedua belas sampul majalah ini, dengan mengamati tanda-tanda visual secara lebih seksama untuk membongkar mitos di balik tanda-tanda dalam sampul tersebut.

A. Logo dan Merk Majalah

Sebelum mendeskripsikan masing-masing sampul yang merupakan objek studi penelitian, pertama-tama akan dideskripsikan pola komposisi dari sampul majalah Cosmogirl Indonesia. Dasar pertimbangannya adalah pola komposisi yang menyusun tiap sampul tersebut memiliki beberapa persamaan. Tujuan dilakukan pendeskripsian pola komposisi agar nantinya tidak terjadi pengulangan-pengulangan pada saat pendeskripsian naskah/copy dan ilustrasi masing-masing sampul.

Sampul majalah Cosmogirl Indonesia yang menjadi kajian dalam penelitian ini didominasi oleh ilustrasi visual serta teks verbal yang terdiri dari , *headline*- topik utama, topik pendamping, logo, dan *cover story*- cerita sampul yang memenuhi seluruh sampul majalah dengan pemakaian warna yang cukup penuh atau *full colour*.

Naskah sampul selalu berada di bagian paling depan, menimpa ilustrasi yang ada pada sampul. Sementara pada bagian kanan atas terdapat logo dan merk dari majalah tersebut yaitu Cosmogirl ! Indonesia dengan warna yang berbeda-beda di tiap edisinya.

Namun yang sama adalah kata COSMO dan INDONESIA dicetak tebal dengan jenis huruf sans serif yang garis hurufnya tebal dan tidak mempunyai kaki atau kait. Sedangkan kata *girl* dicetak tebal dengan jenis huruf script yang menyerupai tulisan tangan dan spontan.

Untuk melihat makna konotasi di balik huruf yang digunakan untuk logo dan merk majalah digunakan ilmu tipografi yang merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin, makna konotasi dari logo dan merk majalah akan terlihat (<http://www.ahldesain.com/tipografi-sebuah-ilmu-tentang-huruf.html>).

Pemakaian kelompok huruf sebagai huruf logo Cosmogirl Indonesia sudah tepat selain tidak melelahkan mata, kesan modern serta menerbitkan selera dan minat untuk membaca terus menerus. Tipografi logo Cosmogirl Indonesia ini sekaligus mampu menjadi penanda identitas Cosmogirl Indonesia sebagai bagian dari sebuah korporat/perusahaan yang terpercaya dan sukses dalam menarik pembaca. Selain itu, nama majalah selalu diakhiri dengan tanda baca seru yang mempunyai makna konotasi seolah-olah memberikan perintah kepada remaja perempuan untuk membaca majalah ini.

B. Analisis Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Tahun 2009

1. Korpus 1 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Januari 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium close up* seorang wanita muda yang dikenal sebagai penyanyi genre hip-hop dan R & B yang bernama Rihanna. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* (dari arah samping) yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh atau bayangan wajah (Pratista 2008: 77). Dalam sampul tersebut terlihat

commit to user

Rihanna tampil dengan rambut pendek. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun terlihat *natural*. Rihanna memakai sepasang giwang mutiara. Ekspresi yang ditampilkan Rihanna di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata tajam dan bibir yang tertutup. Busana yang dikenakan Rihanna berwarna hijau dan terbuka. Busana tersebut memperlihatkan lekukan tubuh Rihanna bagian atas dada, belahan dada, serta lengan kanan terlihat jelas.

Teks : Topik utama yaitu tertulis *Your Choice Your World, CG! Campaign 2009*, Belajar memilih cara CG! Mulai dari dirimu sampai PEMILU. Topik pendamping terdiri dari :

- INTERNLICIOUS CONTEST! KAPAN LAGI JADI ANAK MAGANG DI CG!?
- ATURAN 6.30, BERLAKU JANUARI 2009, Siap berangkat sekolah lebih pagi?.
- Artikel Baru : BON BELANJA, Jangan Cuma bisa buang uang, kumpulin juga bonmu untuk CG! (BUKA HALAMAN 81).
- CERITAKU, “BIARPUN HIDUP SULIT AKU BISA MENDAPATKAN BEASISWA SAMPAI S3”.
- KUIS CG! Berapa Nilai Facebook Kamu?
- Style Alert, Hitam dimana-mana, keren!

Cover story yaitu Rihanna, GOOD GIRL GONE GREAT! (Tebak kapan dia balik ke Jakarta?).

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Januari tersebut adalah Rihanna yang diambil gambarnya secara *medium close up*. Dengan jarak ini, lekukan tubuh Rihanna dari dada ke atas terlihat jelas. Sosok Rihanna mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi

dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Rihanna menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* (dari arah samping) yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh atau bayangan wajah yang menimbulkan kesan tegas pada gambar (Pratista, 2008 : 77). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Rihanna dengan mulut tertutup yang mengandung makna serius dan keras. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang bertanggung jawab terhadap segala penyelesaian masalah yang menjadi tanggung jawabnya. Ia tidak mengenal kompromi dan selalu tegas dalam bertindak (Tinarbuko, 2008 : 65).

Dalam sampul itu, Rihanna yang tampil dengan rambut pendek memberikan makna konotasi tentang sesuatu yang bebas. Bebas untuk membuat pilihan dalam hidupnya. Riasan wajah Rihanna yang tidak terlalu tebal atau lebih dikenal dengan istilah *natural make-up* menunjukkan bahwa saat ini remaja perempuan sudah mulai merias wajah mereka, namun tidak seperti wanita dewasa pada umumnya dengan gincu merah tebal melainkan riasan sederhana yang tidak berlebihan. Anting mutiara yang menghiasi telinga penyanyi ini memperlihatkan bagaimana seorang remaja perempuan juga bisa tampil mewah. Sedangkan busana terbuka yang dipakai Rihanna mengandung makna konotasi bagaimana remaja perempuan sudah tidak malu-malu lagi untuk menunjukkan lekuk tubuh. Busananya yang berwarna hijau mempunyai makna konotasi wibawa dan kekuatan. Busana warna hijau yang Rihanna pakai telah mampu mewakili karakter remaja modern jaman ini yang kuat dan tangguh.

Pemasangan Rihanna sebagai model sampul Cosmogirl bulan Januari 2009 tersebut dilatarbelakangi oleh rencana kedatangan penyanyi asal Amerika Serikat ini yang rencananya akan menggelar konsernya pada tanggal 12 Februari 2009 (<http://tempointeraktif.com/hg/gosip2008/11/13/brk,2008113-14575,id.html>). Selain soal rencananya menggelar konser di Jakarta, pemasangan Rihanna di sampul Cosmogirl tak lain karena prestasi penyanyi ini yang sukses di dunia tarik suara di umur yang cukup belia yaitu 22 tahun. Rihanna yang memulai karirnya di usia 16 tahun sampai sekarang telah menelurkan tiga album serta bermain di dua film layar lebar (<http://selebriiti.kapanlagi.com/hollywood/r/rihanna/>). Cosmogirl Indonesia tidak memilih wanita muda yang biasa saja untuk dijadikan model dalam sampulnya. Dengan tujuan menginspirasi pembacanya, Cosmogirl dalam sampul tersebut menggunakan idola kalangan remaja sekarang.

Tampilnya Rihanna di sampul majalah tidak dapat dipisahkan dengan judul *cover story*-nya yaitu Rihanna, GOOD GIRL GONE GREAT! (Tebak kapan dia balik ke Jakarta?). Kalimat GOOD GIRL GONE GREAT! – GADIS BAIK MENJADI HEBAT sendiri adalah plesetan dari judul albumnya yaitu GOOD GIRL GONE BAD! – GADIS BAIK MENJADI BURUK . Lewat judul *cover story* tersebut Cosmogirl ingin mengaburkan judul asli albumnya yang kurang menginspirasi. Maka kemudian dengan mengganti kata BAD menjadi GREAT, Cosmogirl mampu menggiring pembaca untuk berpikir bahwa Rihanna adalah seorang penyanyi bagus yang kemudian menjadi hebat. Sosok Rihanna yang hebat di dunia hiburan inilah yang sangat ditekankan. Lalu kata (Tebak kapan dia balik ke Jakarta?) yang mengikuti di belakang judul *cover story* ingin mempertegas bahwa Rihanna akan kembali merencanakan kedatangannya ke Jakarta.

Topik utama Januari yaitu *Your Choice Your World, CG! Campaign 2009*, Belajar memilih cara CG! Mulai dari dirimu sampai PEMILU. Tiga buah gambar bintang di sekitar tulisan topik tersebut mempertegas bahwa tulisan ini adalah *headline* – tulisan utama. Tiga bulan menjelang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 9 April 2009, di edisi ini Cosmogirl memberikan pendidikan kepada pembacanya yang sebagian besar sudah terdaftar sebagai pemilih aktif, yaitu berusia minimal 17 tahun. Di sini tampak bahwa majalah Cosmogirl memberi suatu nilai tips ajaran, yakni pilihan yang diambil remaja perempuan dari soal pilihan dalam hidup sampai Pemilu.

Rubrik pendamping yang pertama adalah INTERNLICIOUS CONTEST! KAPAN LAGI JADI ANAK MAGANG DI CG!? Dua buah gambar bintang berwarna *shock pink* menegaskan bahwa rubrik ini adalah rubrik yang spesial walaupun bukan topik utama. Di sini tampak Cosmogirl mengadakan sebuah kontes untuk magang di majalah tersebut. Dengan kata *internlicious* yang berasal dari kata *internship*- pelatihan dan *delicious*- enak, kontes magang tidak dikemas terlalu serius melainkan lebih akrab dengan dunia remaja. Rubrik itu mengandung makna konotasi tentang magang di sebuah kantor majalah yang menyenangkan. Cosmogirl ingin menggiring pembacanya untuk berani mencoba sesuatu yang baru di luar sekolahnya.

ATURAN 6.30, BERLAKU JANUARI 2009, Siap berangkat sekolah lebih pagi? Di rubrik ini tampak Cosmogirl memberikan aturan bagi pembacanya yang masih duduk di bangku sekolah untuk berangkat lebih pagi mengawali tahun 2009. Penggunaan kata ATURAN pun memberi makna konotasi tentang sesuatu yang baik yang harus ditaati dan dilakukan. Sedangkan berangkat sekolah lebih pagi di sini dapat diartikan tidak malas untuk sekolah. Lewat rubrik ini, Cosmogirl menanamkan nilai-nilai kemandirian.

Artikel Baru : BON BELANJA, Jangan cuma bisa buang uang, kumpulin juga bonmu untuk CG! (BUKA HALAMAN 81). Di rubrik ini tampak bahwa Cosmogirl memberikan himbauan pada pembacanya untuk mengumpulkan bon belanja mereka. Dengan begitu, remaja tahu berapa uang yang telah mereka habiskan. Alih-alih menghimbau pembacanya untuk mengatur pengeluarannya dalam berbelanja, Cosmogirl menghimbau pembacanya untuk sekedar mengetahui pengeluarannya untuk belanja. Belanja yang merupakan salah satu karakteristik budaya konsumen adalah semangat yang terus dipompakan oleh majalah remaja kepada pembacanya (Jurnal Perempuan No. 37, 2004: 39).

CERITAKU, “BIARPUN HIDUP SULIT AKU BISA MENDAPATKAN BEASISWA SAMPAI S3”. Di sini tampak bahwa majalah Cosmogirl memberi suatu ajaran, yakni walaupun seorang remaja perempuan dalam keadaan miskin, tetap mampu maju. Penanda ‘hidup sulit’ yang digunakan dalam rubrik ini seolah menunjukkan kemiskinan. Sedangkan penanda ‘beasiswa S3’ menunjukkan pendidikan yang tinggi. Dalam rubrik ini Cosmogirl memotivasi pembacanya (remaja perempuan) untuk meraih pendidikan yang tinggi. Dalam masyarakat mitos yang ada adalah pandangan orang tua tentang tidak pentingnya anak perempuan bersekolah tinggi-tinggi, sehingga anak perempuan lebih baik menikah atau di rumah ternyata ditentang oleh keberadaan rubrik ini. Sejak masa remaja Cosmogirl mengedukasi pembacanya untuk menempatkan pendidikan menjadi suatu hal yang penting.

KUIS CG! Berapa Nilai Facebook Kamu? Dalam rubrik ini, Cosmogirl mengajak pembacanya untuk memberikan nilai pada jejaring sosial yang sedang digemari saat ini yaitu *facebook*. Tentunya kuis ini hanya bisa diikuti oleh mereka yang sudah mempunyai

akun *facebook*. Kuis ini akan mengantarkan remaja perempuan kepada kesimpulan pada baik buruknya *facebook* mereka menurut Cosmogirl. Kesimpulan tersebut nantinya akan dipakai pembaca untuk mempertahankan ataupun memperbaiki akun *facebook*-nya.

Style Alert, Hitam dimana-mana, keren! Dengan penanda '*style alert*' tampak bahwa majalah Cosmogirl memberikan peringatan tentang gaya pakaian yang sedang digemari saat ini yaitu busana berwarna hitam. Busana warna hitam dikenal sebagai warna klasik yang membuat seseorang tampak kompleks dan lebih kurus (<http://www.squidoo.com/colorexper>). Warna hitam sendiri memberikan makna konotasi tentang sesuatu yang kuat dan berwibawa Busana bernuansa hitam yang ternyata tak hanya dikenakan untuk menghadiri sebuah pemakaman namun ternyata bisa menjadi bagian dari *fashion* masa kini.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Januari 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Januari adalah cara berpakaian yang terbuka sehingga beberapa lekuk tubuh terlihat, kebiasaan di rumah untuk bangun lebih pagi, aktif dalam menyampaikan pendapat, gaya rambut pendek, mengikuti tren *fashion* terbaru, mempunyai akun jejaring sosial (*facebook*), berpendidikan tinggi, dan bijak saat berbelanja.

2. Korpus 2 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Februari 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : Sampul majalah ini memperlihatkan *medium close up* seorang wanita muda yang dikenal sebagai penyanyi genre pop yang bernama Taylor Swift. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Taylor Swift tampil dengan rambut berwarna pirang tergerai panjang dengan hiasan berbentuk topi hitam. Walaupun wajahnya dirias tidak terlalu tebal terlihat *natural*, terlihat matanya cukup ditonjolkan

commit to user

dengan riasan *smokey eyes*. Ekspresi yang ditampilkan Taylor Swift di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata tajam dan bibir yang tertutup dan jari-jarinya terkatup membentuk hati. Busana yang dikenakan Taylor Swift berwarna hitam dan terbuka. Busana tersebut memperlihatkan lekukan tubuh Taylor Swift bagian atas. Dada dan kedua lengannya terlihat jelas. Ia juga mengenakan perhiasan berupa gelang berwarna perak di tangan kanannya.

Teks : Topik utama yaitu tertulis I LOVE ME TIME!, SEMUA TENTANG NARSIS. Sedangkan topik pendamping terdiri dari :

- CG! Style: Me, Love, Love. Me.
- ROMANTIS ETNIS, Cinta budaya sendiri itu baru keren.
- WWW.FASHION.COM, Belanja Online, Yuk!
- AYO MAIN LOMO! Contek juga pose narsis keren ala CG!
- CG! School, Mau jadi pramugari?

Cover story yaitu Taylor Swift, Berani beda dalam bermusik.

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Februari tersebut adalah Taylor Swift yang diambil gambarnya secara *medium close up*. Dengan jarak ini, lekukan tubuh Taylor Swift dari dada ke atas terlihat jelas. Sosok Taylor Swift mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Taylor Swift menonjol di sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* (dari arah depan) yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah objek atau wajah karakter (Pratista, 2008 : 76).

Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata, mulut yang tertutup serta ekspresi Taylor Swift terkesan serius dan keras. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang bertanggung jawab terhadap segala penyelesaian masalah yang menjadi tanggung jawabnya. Ia tidak mengenal kompromi dan selalu tegas dalam bertindak (Tinarbuko, 2008 : 65). Taylor juga terlihat menyilangkan jari-jarinya membentuk hati yang mempunyai makna konotasi walaupun serius. sosok remaja perempuan tersebut ternyata juga mempunyai kasih sayang yang ingin ia bagi.

Dalam sampul itu, Taylor Swift yang tampil dengan rambut panjang warna pirang dan tergerai memberikan makna konotasi tentang sesuatu yang seksi dan berani. Riasan wajah Taylor Swift yang tidak terlalu tebal atau lebih dikenal dengan istilah *natural make-up* menunjukkan bahwa saat ini remaja perempuan sudah mulai merias wajah mereka dengan gincu warna *mate*- warna bibir sehingga riasan terlihat sederhana dan tidak berlebihan. Topi hitam sebagai aksesoris rambut serta gelang dan kalung berwarna perak memperlihatkan bagaimana tampilan seorang remaja perempuan yang memakai berbagai macam produk *fashion* guna mendukung tampilan mereka. Sedangkan busana hitam yang dipakai Taylor Swift mengandung makna konotasi tentang sesuatu yang klasik dan kuat.

Pemasangan Taylor Swift sebagai model sampul Cosmogirl bulan Februari 2009 tersebut dilatarbelakangi oleh prestasi gadis muda ini sebagai pencipta lagu, penyanyi sekaligus pemain musik. Dengan memilih aliran musik country, Taylor yang mengawali karirnya pada 2006 yang lalu saat dirinya berusia 17 tahun. Kemudian empat tahun kemudian, ia meraih empat buah piala dalam ajang musik bergengsi Grammy Awards 2010. Dengan memilih aliran musik *country*, tiga buah album telah dihasilkan sejak

tahun 2006 (<http://news.gather.com/viewArticle.action?articleId=281474978025610>).

Taylor sangat pas menjadi model dalam sampul Cosmogirl Indonesia tak hanya karena kecantikannya, melainkan juga prestasinya.

Rubrik *cover story* mengangkat judul Taylor Swift, Berani beda dalam bermusik. 'Berani beda dalam bermusik' mengandung makna konotasi bahwa warna musik yang dimiliki oleh Taylor Swift tidak sesuai dengan yang ada di pasar musik kebanyakan. Di saat penyanyi muda lain mengusung jenis musik R&B ataupun pop, gadis ini mendobrak dunia rekaman dengan jenis musik country.

Topik utama adalah I LOVE ME TIME!, SEMUA TENTANG NARSIS. I LOVE ME TIME! yang dalam bahasa Indonesia artinya SAYA CINTA WAKTU UNTUK DIRI SENDIRI mengandung makna konotasi tentang mengalokasikan waktu untuk memanjakan diri sendiri. Di dalam topik utama ini terlihat Cosmogirl Indonesia memberikan suatu nilai tips ajaran, yakni seorang remaja perempuan harus mempunyai waktu untuk dirinya sendiri dengan melakukan hal-hal yang narsis. Definisi narsis sendiri adalah sebuah pola sifat dan perilaku yang dipenuhi obsesi dan hasrat pada diri sendiri untuk mengabaikan orang lain, egois, serta tidak memperdulikan orang lain dalam memenuhi kepuasan, dominasi, dan ambisinya sendiri (<http://www.indonesiaindonesia.com/f/42550-psikologi-narsis/>).

Rubrik pendamping pertama adalah PROFIL PEMENANG DAN LIPUTAN CGOTY 2008. CGOTY adalah singkatan dari Cosmo Girl Of The Year. Acara tersebut merupakan sebuah ajang tahunan pemilihan idola pembaca Cosmogirl Indonesia, yaitu pencarian remaja Cosmogirl Indonesia sejati yang unik dan sadar akan apa arti kecantikan yang sejati

(http://www.mra.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=67

). Melalui rubrik tersebut Cosmogirl memberikan informasi tentang segala hal yang berhubungan dengan acara yang sudah berlangsung pada tahun 2008 tersebut, mulai dari kelangsungan acara sampai siapa saja yang meraih gelar sebagai CGOTY 2008. Tujuannya, agar pembaca tertarik untuk datang ataupun mengikuti ajang yang sama pada tahun 2009.

Rubrik lain bernama CG! Style yang mengangkat judul Me, Love, Love. Me! mengajak pembaca untuk mencintai diri sendiri. CG! Style yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia menjadi 'gaya CG!' sendiri punya makna konotasi tentang bagaimana Cosmogirl menggiring pembacanya kepada suatu cara pikir tertentu. Dalam tulisan berjudul Me, Love, Love, Me! yang artinya Saya, Cinta, Cinta, Saya! memberikan pembelajaran pada remaja untuk menghargai keberadaan diri sendiri sedini mungkin yaitu di masa remaja.

Selanjutnya adalah rubrik ROMANTIS ETNIS, Cinta budaya sendiri itu baru keren. Di rubrik ini, Cosmogirl ingin mengajarkan pembacanya untuk mencintai budayanya masing-masing. Penanda 'romantis' yang digunakan dalam rubrik ini menunjukkan tentang sebuah hubungan yang mesra dan menyenangkan. Sedangkan penanda 'etnis' artinya segala sesuatu yang berhubungan dengan kebudayaan. Kemudian penanda 'keren' menunjukkan tentang sesuatu yang bagus dan hebat. Lewat rubrik ini Cosmogirl menegaskan pada pembacanya untuk melihat produk kebudayaan seperti bahasa, kesenian, pakaian tradisional, dan lain-lain sebagai sebuah hal yang menyenangkan sehingga perlu diberi perhatian lebih. Sejak masa remaja Cosmogirl mengedukasi pembacanya bahwa walaupun sudah masuk pada era modernisasi, remaja

perempuan harus menempatkan kebudayaan menjadi sebuah identitas bangsa yang penting.

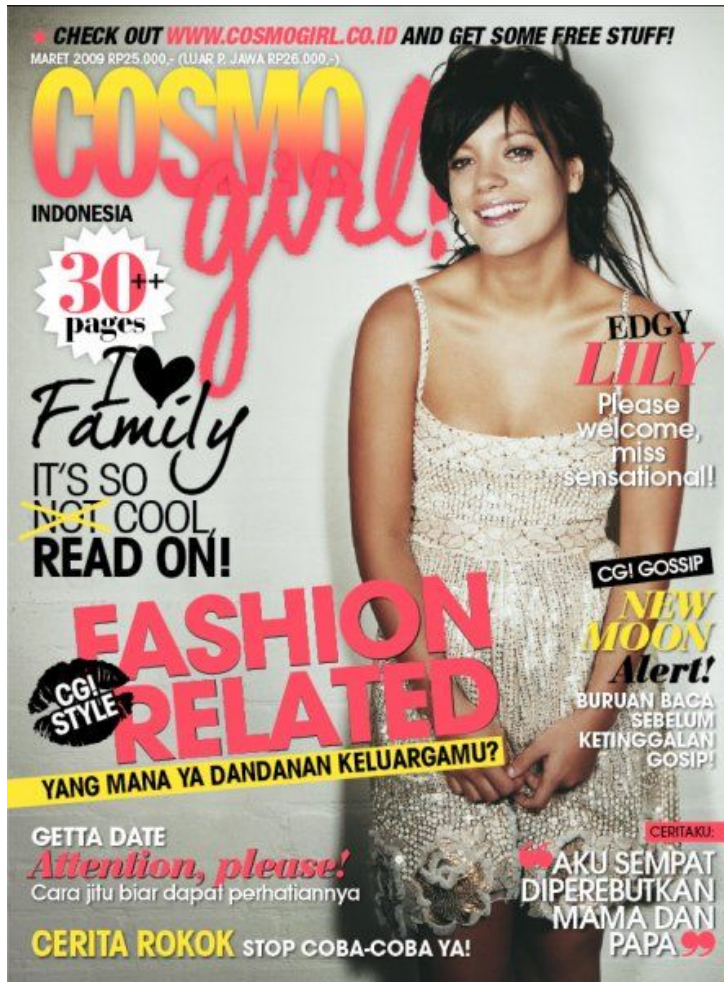
WWW.FASHION.COM, Belanja Online, Yuk! Lewat rubrik ini Cosmogirl memberikan berbagai informasi dan pengetahuan tentang berbelanja melalui media internet yang mulai marak. Penulisan judul rubrik yang menggunakan format penulisan sebuah alamat situs *online* semakin menegaskan bahwa terdapat hubungan yang sangat dekat antara *fashion* dan *online*. Dengan sistem *online* saat ini, remaja perempuan dapat lebih mudah mendapatkan berbagai produk *fashion* yang berasal dari seluruh penjuru negeri. Dengan informasi yang ada, Cosmogirl mengajak pembacanya untuk berbondong-bondong menggunakan sistem *online* untuk belanja.

AYO MAIN LOMO! Contek juga pose narsis keren ala CG! *AYO MAIN LOMO!* merupakan ajakan Cosmogirl kepada pembacanya untuk menekuni sebuah hobi yang sedang digemari pada saat itu yaitu lomografi yang merupakan cabang dari hobi fotografi. Kamera yang digunakan dalam lomografi adalah kamera lomo yang berbeda dengan kamera yang dipakai dalam fotografi. Lomografi yang muncul pada tahun 1990-an di Rusia sudah mewabah di dunia. Tercatat lebih dari 500.000 anggota komunitas lomografi ini (<http://www.sinarharapan.co.id/feature/hobi/2004/0609/hob1.html>). Ajakan menekuni lomografi oleh Cosmogirl juga dibarengi dengan tips untuk berpose. Penanda 'narsis keren' menunjukkan bahwa 'narsis' dianggap sesuatu yang hebat. Padahal definisi narsis adalah pola sifat dan perilaku yang dipenuhi obsesi dan hasrat pada diri sendiri untuk mengabaikan orang lain. Jadi dalam berpose Cosmogirl mengajarkan remaja perempuan untuk egois dan mengabaikan keberadaan orang lain.

CG! School, Mau jadi pramugari? Baca yang ini! Dalam rubrik CG! School, Cosmogirl memberikan informasi dan pengetahuan tentang langkah-langkah yang perlu diambil untuk menjadi seorang pramugari. Pemilihan profesi pramugari sebagai sebuah profesi yang dibedah dalam rubrik ini tentu karena *image* tertentu yang menempel dalam profesi ini. Profesi pramugari di Indonesia identik dengan wanita cantik bertubuh ideal. Cosmogirl berusaha mengupas lebih dalam dari sekedar penampilan fisik sehingga remaja perempuan yang menghendaki profesi tersebut siap secara mental, kemampuan, dan pengetahuan.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Februari 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Februari adalah mengalokasikan waktu untuk memanjakan diri sendiri, mengikuti tren *fashion* terbaru yaitu dengan berbelanja secara *online*, mencintai budaya bangsa sendiri, terjun dalam hobi yang sedang *booming* misalnya lomografi, mengadakan persiapan khusus dalam meraih cita-cita, mempunyai obsesi terhadap diri sendiri, dan memiliki keberanian untuk berbeda dengan remaja kebanyakan.

3. Korpus 3 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Maret 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : Sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang wanita muda yang dikenal sebagai penyanyi asal Inggris bergenre pop yang bernama Lily Allen . Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Lily Allen tampil dengan rambut berwarna hitam dikuncir ke belakang dengan poni samping. Wajahnya dirias

commit to user

tidak terlalu tebal dan terlihat *natural*. Ekspresi yang ditampilkan Lily Allen di sampul tersebut tersemyum lebar sehingga giginya pun terlihat. Lily Allen mengenakan gaun sepanjang lutut berwarna putih mengkilap dan terbuka. Busana tersebut memperlihatkan lekukan tubuh Lily Allen bagian atas.

Teks : Topik utama yaitu tertulis I Love Family, IT'S SO NOT COOL, READ ON. Beberapa topik pendamping sendiri terdiri dari :

- *CHECK OUT WWW.COSMOGIRL.CO.ID AND GET SOME FREE STUFF!*
- CG! STYLE, FASHION RELATED, YANG MANA YA DANDANAN KELUARGAMU ?
- GETTA DATE, Attention, please!
- CERITA ROKOK, STOP COBA COBA YA!
- CERITAKU, "AKU SEMPAT DIPERE BUTKAN MAMA DAN PAPA".
- CG ! Gossip NEW MOON, ALERT! BURUAN BACA SEBELUM KETINGGALAN GOSIP!

Cover story yaitu EDGY LILY, Please welcome miss sensational!

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Maret tersebut adalah Lily Allen yang diambil gambarnya secara *medium long shot*. Dengan jarak ini tubuh Lily Allen dari lutut ke atas terlihat jelas. Sosok Lily Allen mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Lily Allen menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* (dari arah depan) yang cenderung menghapus bayangan

dan menegaskan bentuk sebuah objek atau wajah karakter (Pratista, 2008 : 76). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Lily Allen yang bahagia dan tersenyum lebar. Senyuman lebar tersebut mengandung makna konotasi tentang keceriaan dunia remaja. Tanda visual yang lain adalah pose Lily yang terlihat santai dengan kedua tangan yang dibiarkan yang berdekatan mengandung makna konotasi tentang perempuan yang sangat menikmati masa remajanya yang bebas dan santai.

Dalam sampul itu, Lily Allen tampil dengan rambut panjang warna hitam, namun terlihat sedikit acak-acakkan memberikan makna konotasi tentang remaja yang *casual* dan simpel. Riasan wajah Lily Allen yang tidak terlalu tebal atau lebih dikenal dengan istilah *natural make-up* menunjukkan bahwa saat ini remaja perempuan sudah mulai merias wajah mereka dengan riasan yang sederhana dan tidak berlebihan. Lily Allen mengenakan busana warna putih dengan aksen perak, mengandung makna konotasi tentang remaja perempuan yang kini sudah tampil glamor dan mewah.

Sebagai model sampul Cosmogirl bulan Maret 2009, Lily Allen sendiri adalah seorang penyanyi dan pencipta lagu asal Inggris yang bergenre pop. Karirnya dimulai di tahun 2006 dengan merilis album berjudul *Alright Still*. Lagu berjudul *Smile* dan *Alfie* merupakan lagu yang sudah tidak asing lagi di telinga remaja perempuan kebanyakan. Lily yang berusia 25 tahun ini juga perlahan namun pasti dikenal sebagai ikon fashion gara-gara cara berpakaianya yang cukup unik di atas panggung. Bahkan beberapa majalah memuji cara Lily berbusana (http://www.aceshowbiz.com/celebrity/lily_allen/biography.html). Pemasangan Lily Allen sebagai model dalam sampul tersebut sangat cocok, karena musik dan gaya berpakaian Lily sedang *booming* di kalangan remaja perempuan.

Rubrik *cover story* mengangkat judul Edgy Lily, Please Welcome, miss sensational! Kata 'edgy' menggambarkan cara berpakaian Lily yang unik, seperti memadukan *cocktail dress* dengan *sneakers*- sepatu olahraga. Kata 'edgy' yang memberi keterangan sifat pada nama Lily merupakan istilah yang biasanya dipakai untuk cara berpakaian yang tidak seperti orang kebanyakan *edgy style* sendiri identik dengan beberapa produk fashion misalnya jaket kulit, blazer, sepatu boot, dan masih banyak lagi. Kemudian penanda lainnya yaitu 'Please Welcome, miss sensational! mengandung makna konotasi tentang Lily yang terkenal sekaligus penuh dengan sensasi. Judul *cover story* tersebut menggiring remaja perempuan untuk mengikuti tren *edgy style* yang menimbulkan sensasi dan terkesan lain daripada yang lain.

Topik utama adalah I Love Family, IT'S SO NOT COOL, READ ON! dimana kata NOT diberi tanda silang (X). Sehingga dalam bahasa Indonesia artinya Saya Cinta Keluarga, KEREN, BACALAH! Kecenderungan individu yang mempunyai hubungan yang lebih erat dengan anak-anak sebaya daripada dengan keluarga sangat pada masa remaja tidak dibenarkan oleh Cosmogirl. Melalui topik utama ini, Cosmogirl mengajarkan pada remaja perempuan untuk berteman dengan keluarganya sendiri. Penanda 'cool' mengandung makna konotasi hubungan pertemanan dengan anggota keluarga itu adalah hal yang keren dan menyenangkan.

Rubrik pendamping CHECK OUT WWW.COSMOGIRL.CO.ID AND GET SOME FREE STUFF! Kata 'check out' mengandung makna konotasi bahwa Cosmogirl memerintahkan pada pembacanya untuk membuka situs WWW.COSMOGIRL.CO.ID yang merupakan situs resmi dari majalah tersebut. Di dalam situs tersebut, pembaca akan menemukan berbagai hal yang menyangkut majalah Cosmogirl mulai dari ulasan

majalah, profil majalah, dan beberapa fitur lain seperti informasi ramalan bintang, *games*, polling, kuis, dan *store* (toko *online*). Untuk lebih menarik pembaca agar membuka situsnya, Cosmogirl menambahkan kalimat “*And Get Some Free Stuff*” yang mengandung makna konotasi bahwa ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dengan membuka situs tersebut. Selain itu, dengan keberadaan situs ini Cosmogirl juga mengiklankan majalahnya agar mereka yang belum mempunyai edisi terbaru dari majalah ini, setelah melihat situs tersebut tertarik untuk memiliki majalah itu. Cosmogirl mengedukasi pembacanya untuk terbiasa mencari informasi dengan internet.

CG! STYLE, FASHION RELATED, YANG MANA YA DANDANAN KELUARGAMU ? *CG! Style* yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia menjadi gaya CG! punya makna konotasi tentang bagaimana Cosmogirl menggiring pembacanya kepada suatu cara pikir tertentu. Dalam tulisan berjudul FASHION RELATED, YANG MANA YA DANDANAN KELUARGAMU ? memberikan petunjuk untuk memilih cara berpakaian sebuah keluarga. Penanda ‘*fashion related*’ mengandung makna konotasi bahwa hubungan keluarga dapat dikaitkan dengan *fashion* yaitu cara berpakaian. Kalimat YANG MANA YA DANDANAN KELUARGAMU ? menandakan bahwa melalui rubrik tersebut Cosmogirl memberikan beberapa pilihan tentang gaya berdandan yang bisa diterapkan dalam keluarga pembacanya. Cosmogirl kembali lagi menekankan bahwa *fashion* adalah hal yang penting bagi remaja perempuan bahkan dalam keluarga.

Selanjutnya adalah rubrik GETTA DATE, Attention, please! Cara jitu biar dapat perhatian. Penanda ‘*getta date*’ menunjukkan bahwa remaja perempuan yang membaca majalah tersebut harus berkencan. Penanda ‘*Attention, please!*’ semakin memberi tekanan bahwa mempunyai teman kencan ataupun pacar adalah hal yang penting dan

perlu mendapatkan perhatian. Untuk itu melalui rubrik ini, Cosmogirl memberikan tips ajaran untuk mendapatkan perhatian dari lawan jenis dengan tujuan mendapatkan teman kencan yaitu pacar.

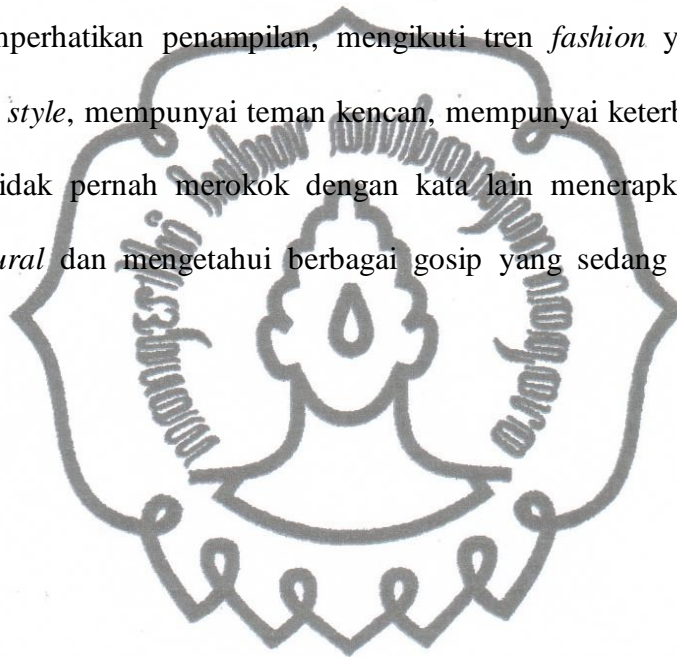
Kemudian rubrik CERITA ROKOK, STOP COBA COBA YA! Cosmogirl menunjukkan secara sepintas bahwa remaja perempuan dilarang mencoba merokok. Di sini tampak bahwa Cosmogirl sangat menentang keberadaan rokok. Cosmogirl menggunakan kalimat STOP COBA COBA YA! yang memberi sebuah penegasan bahwa ia menentang remaja perempuan merokok sekalipun hanya untuk mencoba.

Selanjutnya adalah rubrik CERITAKU, “AKU SEMPAT DIPEREBUTKAN MAMA DAN PAPA”. Di sini tampak bahwa majalah Cosmogirl memberikan ruang berbagi kisah nyata pembacanya. Penanda ‘diperebutkan mama dan papa’ menandakan latar belakang kisah itu yang adalah perceraian. Melalui rubrik ini terlihat bahwa pembacanya terbuka dengan kisah hidupnya. Keterbukaan untuk berbagi pengalaman hidup yang barangkali menjadi inspirasi bagi pembaca lain inilah yang ingin ditekankan Cosmogirl pada remaja perempuan saat ini.

CG ! Gossip, NEW MOON ALERT! BURUAN BACA SEBELUM KETINGGALAN GOSIP! Penanda ‘*gossip*’ mengandung makna konotasi tentang informasi yang disebar dari satu orang ke yang lain tentang tindakan dan kehidupan pribadi seseorang. Jadi dalam rubrik tersebut mengupas tentang berbagai informasi yang berhubungan dengan film berjudul *New Moon*. Penanda ‘*alert*’ disertai tanda baca seru mengandung makna konotasi tentang sebuah peringatan kepada pembaca tentang suatu hal yang penting. Sedangkan kalimat “Buruan baca sebelum ketinggalan gosip”

menunjukkan bahwa gosip-gosip yang berkaitan dengan film *New Moon* perlu secepatnya dibaca.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Maret 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Maret adalah mencintai keluarga, memperhatikan penampilan, mengikuti tren *fashion* yang sedang *booming* misalnya *edgy style*, mempunyai teman kencan, mempunyai keterbukaan dalam berbagi pengalaman, tidak pernah merokok dengan kata lain menerapkan pola hidup sehat, riasannya *natural* dan mengetahui berbagai gosip yang sedang ramai dibicarakan di media.



4. Korpus 4 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia April 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium close up* seorang wanita muda bernama Demi Lovato. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Demi Lovato tampil dengan rambut panjang dikuncir ke samping dengan poni yang menutupi dahinya. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun terlihat *natural*.
commit to user

Ekspresi yang ditampilkan Demi Lovato di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman. Busana yang dikenakan Demi Lovato berwarna hitam dan tertutup. Demi Lovato mengenakan aksesoris berupa kalung.

Teks : Topik utama yaitu tertulis Internpedia, Panduan Seru Buat Magang, dimana kalimat Internpedia ditulis dengan jenis huruf script berwarna putih bagian dalam dan hitam pada garis hurufnya. Kedua kalimat 'Panduan Seru Buat Magang' tertulis dengan jenis huruf sans serif berwarna hitam. Topik pendamping yang terdiri dari :

- FASHION INTERN, GAYA DANDAN ANAK MAGANG FASION (This-is-super-cool!).
- INTERNSHIP DIRECTORY, Kemana saja ya kamu harus kirim CV ?
- CG! PEDULI, Sehari Di Panti Jompo.
- CERITAKU, SERUNYA MAGANG DI NEW YORK CITY!
- Geng Magang, Baca Cerita Mereka!

Cover story yaitu Demi Lovato, She's so lovable!

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi April tersebut adalah Demi Lovato yang diambil gambarnya secara *medium close up*. Sosok Demi Lovato mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Demi Lovato menonjol di sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* (dari arah depan) yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah objek atau wajah karakter (Pratista, 2008 : 76).

Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Demi Lovato yang serius tanpa tersenyum. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang bertanggung jawab dan berpendirian kuat. Ia juga selalu tegas dalam bertindak (Tinarbuko, 2008 : 65). Walaupun postur tubuh Demi tidak seluruhnya terlihat namun posisi salah satu tangan Demi tampak bertolak pinggang. Posisi bertolak pinggang ini menunjukkan bahwa dia adalah seorang remaja perempuan yang kuat.

Dalam sampul itu, Demi Lovato yang tampil dengan rambut panjang warna coklat gelap dan dikuncir memberikan kesan bahwa remaja perempuan itu santai, *casual* dan simpel. Riasan wajah Demi Lovato yang tidak terlalu tebal atau lebih dikenal dengan istilah *natural make-up* menunjukkan bahwa saat ini remaja perempuan sudah mulai merias wajah mereka. Warna pada *make up* yang terlihat mendominasi adalah warna oranye yang identik dengan masa remaja yang aktif. Kalung perak yang menggantung di leher Demi memperlihatkan bagaimana tampilan seorang remaja perempuan yang memakai produk *fashion* guna mendukung tampilan mereka supaya terkesan glamor. Sedangkan busana hitam yang dipakai Demi Lovato menunjukkan sosok perempuan yang kuat dan elegan.

Demi Lovato sebagai model sampul Cosmogirl bulan April 2009 adalah seorang aktris, penyanyi, penulis lagu, gitaris, dan pemain piano. Gadis muda dengan segudang bakat ini memulai karirnya saat berusia 10 tahun dengan membintangi beberapa judul drama televisi Amerika seperti *Barney & Friends* dan *As the Bell Rings*. Remaja kelahiran kota Dallas, Texas ini ternyata membintangi beberapa film produksi Disney seperti *Camp Rock* dan *Princess Protection Program*. Serial televisi tersebut digemari oleh remaja-remaja Amerika Serikat. Sedangkan albumnya antara lain *Don't Forget* yang

dirilis di tahun 2008 dan *Here We Go Again* yang dirilis di tahun 2009 (<http://www.tv.com/demi-lovato/person/319425/biography.html>). Demi Lovato sebagai model sampul di edisi tersebut tampil sebagai remaja perempuan yang sukses menjalani karir di usia muda. Namanya sudah sangat akrab di telinga remaja perempuan yang menyukai aktingnya dalam serial-serial televisi tersebut. Selain sukses, Demi menunjukkan diri sebagai remaja yang cantik sekaligus multi talenta.

Tampilnya Demi Lovato di sampul majalah jelas berhubungan dengan judul *cover story*-nya yaitu Demi Lovato, *She's so lovable*! Penanda '*lovable*' menunjukkan bagaimana Demi Lovato adalah seorang publik figur yang mempesona. Muda, berbakat, dan berparas cantik adalah tiga hal yang membuatnya mempesona. Tiga hal tersebut seolah ditekankan Cosmogirl kepada pembacanya agar bisa menjadi remaja yang mempesona.

Topik utama yaitu tertulis Internpedia, Panduan Seru Buat Magang. Penanda '*internpedia*' berasal dari kata *internship* dan ensiklopedia. *Internship* dalam bahasa Indonesia berarti masa latihan kerja yang populer dengan istilah magang. Sedangkan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994), ensiklopedia artinya adalah sebuah kumpulan atau uraian. Jadi kata '*internpedia*' di sini adalah kumpulan atau uraian mengenai pelatihan kerja atau magang. Sedangkan kata '*seru*' yang ada dalam topik utama seolah-olah menegaskan bahwa panduan magang tersebut tidak membosankan. Magang yang identik dengan latihan kerja yang serius coba dikemas Cosmogirl sebagai sebuah kegiatan yang menyenangkan.

FASHION INTERN, GAYA DANDAN ANAK MAGANG FASHION (This-is-super-cool!). Di sini tampak majalah Cosmogirl memberikan panduan, yakni jika sedang
commit to user

menjalani magang, remaja perempuan tentunya harus memperhatikan penampilan serta cara berpakaian. Yang menjadi bahan percontohan gaya dandan adalah mereka yang menjalani magang dalam bidang *fashion*. Dengan seperti itu, tampilan anak magang akan dengan tren *fashion* yang sedang berlaku. Ini menunjukkan bahwa *fashion* masih jadi hal yang penting bagi remaja perempuan bahkan saat menjadi anak magang. Penanda '*This-is-super-cool*' semakin menegaskan bahwa gaya dandan yang termuat di majalah tersebut adalah sangat menarik perhatian.

INTERNSHIP DIRECTORY, Kemana saja ya kamu harus kirim CV? Di rubrik ini terlihat Cosmogirl memberikan informasi seputar tempat magang pembacanya. Penanda '*directory*' secara jelas menerangkan bahwa rubrik ini adalah petunjuk memilih tempat magang. Cosmogirl melihat bahwa tempat magang adalah hal yang perlu diperhatikan untuk seorang remaja yang ingin belajar mengenal dunia kerja. Maka dari itu pembaca perlu panduan yang pas agar magang yang dijalani tidak sia-sia.

CG! PEDULI, Sehari Di Panti Jompo. Dalam rubrik ini Cosmogirl menunjukkan sisi lain dari majalah. Penanda '*peduli*' digunakan majalah ini untuk mengundang simpati para pembacanya. Sedangkan penanda lain yaitu '*sehari di panti jompo*' digunakan Cosmogirl untuk menyentuh sisi kemanusiaan remaja perempuan. Dari rubrik ini Cosmogirl juga menunjukkan kepeduliannya pada keadaan sosial masyarakat bukan melulu soal dunia remaja.

CERITAKU, SERUNYA MAGANG DI NEW YORK CITY! Di rubrik ini tampak bahwa Cosmogirl memberikan suatu ajaran, yakni melaksanakan magang di luar negeri adalah menyenangkan. Penanda '*serunya*' menunjukkan sebuah pengalaman yang sangat berharga. Penanda '*New York*' sendiri yang merupakan sebuah kota besar di

Amerika Serikat menggambarkan sebuah kota yang penuh dengan hal-hal yang berhubungan dengan hiburan dan *fashion*. Dalam rubrik ini Cosmogirl memotivasi pembacanya (remaja perempuan) untuk mencari tempat magang di kota besar yang lekat dengan keberadaan hiburan dan *fashion*.

Geng Magang, Baca Cerita Mereka! Di rubrik ini tampak Cosmogirl memberikan contoh pengalaman magang lewat cerita. Penanda ‘geng’ sendiri artinya sebuah kelompok remaja yang mempunyai kesamaan seperti latar belakang sosial, sekolah, hobi, daerah, maupun aktivitas magang. Cerita sekelompok remaja yang pernah menjalani magang tersebut dijadikan bekal bagi pembaca yang akan memulai magang. Dengan demikian, remaja perempuan yang akan magang sudah mempunyai gambaran terlebih dahulu tentang apa saja yang akan ia jalani dan apa saja kesulitan yang akan ia temui.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi April 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi April adalah melaksanakan magang di tempat yang kota besar yang lekat dengan hiburan dan *fashion*, memperhatikan penampilan terutama cara berpakaian saat melaksanakan magang, melakukan kegiatan sosial, dan menggeluti dunia hiburan baik musik maupun akting.

5. Korpus 5 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Mei 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : Sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang wanita muda bernama Taylor Momsen. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat tampil dengan rambut berwarna pirang yang panjangnya sebahu. Wajahnya dirias cukup tebal terutama di bagian mata yang menonjol riasannya dengan

commit to user

aksen warna abu-abu berkilau. Ekspresi yang ditampilkan Taylor Momsen di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata tajam dan bibir yang tertutup. Taylor Momsen mengenakan gaun pesta dimana bagian atasnya bermotif seperti kelopak bunga yang terdiri dari berbagai warna yaitu perak, oranye, dan *soft pink*. Sedangkan bagian bawah gaun tersebut berwarna oranye muda. Busana tersebut memperlihatkan lekukan tubuh Taylor Momsen.

Teks : Topik utama yaitu tertulis READY TO PARTY? GET YOUR STYLE ATTITUDE, (Please Check This!), COOL KIDS GUIDES TO PROM, BE A RESPONSIBLE PARTY GIRL, WHATS YOUR STYLE ATITUDE. Beberapa topik pendamping sendiri terdiri dari :

- CG! YOUTUBE: COSMOGIRL INDONESIA.
- Ola, Polka! be stylish even when you say goodbye to friends.
- DIY, Head-Master-Piece, BIKIN AKSESORI KEPALA BUAT PROM YUK!
- Tips&Trick, Right Gown Right Undies!
- CG ! BLOG KAMU ANTI PROM.
- LIFE TIPS, PROM DRAMA QUEEN.

Cover story yaitu Taylor Momsen, whats new ?

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Mei tersebut adalah Taylor Momsen yang diambil gambarnya secara *medium long shot*. Dengan jarak ini tubuh Taylor Momsen dari lutut ke atas terlihat jelas. Sosok Taylor Momsen mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar

dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Taylor Momsen menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* (dari arah depan) yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah objek atau wajah karakter (Pratista, 2008 : 76). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Taylor Momsen yang tajam. Tatapan mata yang tajam mengandung beberapa makna konotasi tentang remaja perempuan yang mempunyai pendirian kuat dan berani melakukan perlawanan. Tanda visual yang lain adalah posisi Taylor mengenakan gaun yang berdiri tegak siap menghadiri sebuah pesta besar. Taylor digambarkan sebagai seorang ratu pesta yaitu perempuan yang paling menarik perhatian di sebuah pesta. Di sini tampak Cosmogirl menampilkan sosok yang percaya diri dan berani menghadapi tantangan.

Dalam sampul itu, Taylor Momsen tampil dengan rambut pendek pirang terang, yang sedikit acak-acakkan. Rambut pirang terang tersebut menggambarkan identitas perempuan cantik di dunia hiburan. Riasan wajah Taylor di sini cukup tebal yang menunjukkan remaja perempuan yang berani mencoba sesuatu yang baru bahkan ekstrim untuk mempercantik dirinya. Taylor Momsen mengenakan busana yang terdiri dari berbagai warna yaitu oranye muda, kuning, serta sedikit aksesoris perak yang membuatnya lebih bersinar. Makna konotasi yang terkandung dalam tampilan tersebut adalah tentang sesuatu yang glamor dan mewah di dunia remaja perempuan.

Sebagai model sampul Cosmogirl bulan Mei 2009, Taylor Momsen sendiri adalah seorang aktris Amerika Serikat yang sudah memulai debutnya pada umur tiga tahun dengan membintangi sebuah iklan. Tercatat beberapa judul film telah ia bintangi seperti *How the Grinch Stole Christmas*, *the Spy Kids Sequel: Island of Lost Dreams*, *Prophet's*
commit to user

Game Hansel & Gretel, dan *Doubting Thomas*. Saat ini serial televisi yang ia bintanginya yaitu *Gossip Girl* juga booming di kalangan remaja (<http://www.tv.com/taylor-momsen/person/242656/biography.html#>). Selain di bidang akting, Taylor juga dikenal sebagai *brand ambassador* dari brand bernama *Material Girl* yaitu produk *fashion* milik Madonna (<http://ruangberita.com/taylor-momsen-material-girl-makes-debut-at-macy%E2%80%99s/>). Pemilihan gadis kelahiran 26 Juli 1993 sebagai model sampul pada edisi Mei ini tentu dilatarbelakangi oleh debut Taylor di dunia akting yang cukup sukses di usia yang relatif muda. Di dunia *fashion* pun Taylor adalah salah satu ikon remaja perempuan yang mempunyai gaya berpakaian sendiri.

Pemasangan Taylor Momsen dalam sampul *Cosmogirl* edisi Mei 2009 tersebut tak lepas dari *cover story* yang berjudul “*what’s new*”. Melalui rubrik ini terlihat *Cosmogirl* memberikan informasi tentang perkembangan karir Taylor sampai pada bulan tersebut. *Cosmogirl* melihat bahwa perjalanan karir Taylor ini perlu diberitakan kepada pembaca karena Taylor termasuk aktris yang sukses di usianya yang sangat muda yaitu tujuh belas tahun. Usia yang sama dengan kebanyakan pembaca *Cosmogirl*.

Cosmogirl edisi bulan Mei ini diwarnai dengan berbagai tulisan dan artikel tentang *prom night*, yaitu sebuah tradisi pesta tahunan yang dihadiri oleh siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang bukan merupakan budaya Indonesia melainkan budaya Amerika Serikat. Topik utama yaitu READY TO PARTY? GET YOUR STYLE ATTITUDE, (Please Check This!), COOL KIDS GUIDES TO PROM, BE A RESPONSIBLE PARTY GIRL, WHATS YOUR STYLE ATITUDE? Kalimat READY TO PARTY? mempertanyakan kepada pembaca tentang kesiapannya untuk mengikuti sebuah pesta. Dan jawaban dari pertanyaan tersebut adalah GET YOUR STYLE

ATTITUDE yang artinya adalah mampu bertingkah laku dengan baik. Banner berbentuk lingkaran warna hitam dimana kalimat tersebut tertulis menegaskan bahwa sangat penting untuk bertingkah laku baik saat berpesta. Di sini tampak Cosmogirl memberikan tips dan ajaran untuk menikmati pesta dengan baik. Lalu tulisan (Please Check This!) merujuk pada daftar apa saja yang harus diperhatikan pembaca saat menghadiri sebuah pesta. Daftar tersebut antara lain Pertama, COOL KIDS GUIDES TO PROM yang menunjukkan tentang perlengkapan yang perlu dibawa saat menghadiri pesta. Penanda 'cool' di sini semakin menegaskan bahwa perlengkapan tersebut akan sangat mendukung penampilan pembaca saat pesta. Kedua, BE A RESPONSIBLE PARTY GIRL yang menegaskan bahwa jika menghadiri sebuah pesta, seorang remaja perempuan harus bertanggung jawab. Cosmogirl mencoba mempengaruhi pembaca agar tidak terjebak dengan situasi dan kondisi sebuah pesta yang identik dengan mabuk-mabukkan, keonaran, ataupun pulang larut malam. Ketiga, WHATS YOUR STYLE ATITUDE? menunjukkan bagaimana Cosmogirl memberikan pilihan kepada pembacanya untuk memilih sikap saat berada dalam sebuah pesta. Pilihan-pilihan yang diberikan Cosmogirl tersebut nantinya akan menjadi acuan bagi pembaca untuk mempersiapkan diri sebelum menghindari pesta. Di sini Cosmogirl menginginkan pembacanya siap secara mental untuk berpesta sehingga pada akhirnya dapat menikmati pesta tersebut.

CG! YOUTUBE: COSMOGIRL INDONESIA. Lewat rubrik ini, Cosmogirl ingin menjangkau pembacanya tak hanya lewat media cetak, melainkan juga lewat dunia maya. Situs *youtube* yang ada sejak tahun 2005 ini adalah sebuah *website* tempat dimana siapa saja bisa mengunggah, mengunduh, berbagi ataupun menyaksikan video. Situs ini terbukti efektif dalam menyebarkan video karena media ini telah melahirkan beberapa

commit to user

fenomena yang laku keras seperti Keong Racun oleh Sinta dan Jojo ataupun debut penyanyi berumur 16 tahun bernama Justin Bieber. Dengan CG! YOUTUBE ini Cosmogirl juga ingin mengajak pembacanya untuk *melek* teknologi.

Ola, Polka! be stylish even when you say goodbye to friends. Kata *ola* berasal dari bahasa Spanyol yang berarti halo. Sedangkan kata *polka* adalah singkatan dari motif pakaian polkadot. Sedangkan penanda “*be stylish even when you say goodbye to friends*” artinya ‘selalu tetap gaya bahkan ketika berpisah dengan teman’. Rubrik ini adalah sebuah referensi yang bisa digunakan pembaca dalam memilih gaun untuk *prom night*. Cosmogirl menyajikan tren pakaian bermotif polkadot yang bisa dijadikan masukan. Lalu kalimat “*be stylish even when you say goodbye to friends*” menunjukkan bahwa walaupun *prom night* adalah sebuah pesta perpisahan dengan teman sewaktu SMA, pembaca harus tetap bergaya. Di sini tampak remaja perempuan terus diajarkan untuk selalu memperhatikan penampilan dalam hal ini yaitu cara berpakaian. Tren baru yaitu motif polkadot pun diperkenalkan lagi agar remaja perempuan selalu *up to date* dalam hal *fashion*.

DIY, Head-Master-Piece, BIKIN AKSESORI KEPALA BUAT PROM YUK! Kata DIY adalah singkatan dari “*Do It Yourself*” yang dalam bahasa Indonesia artinya ‘mengerjakan sendiri’. Dalam rubrik ini Cosmogirl mengajak pembaca untuk membuat sebuah karya pribadi yang bisa digunakan. Kreasi tersebut adalah aksesoris kepala. Penanda ‘*head-master-piece*’ yang artinya “karya untuk kepala” menegaskan bahwa yang dimuat dalam rubrik DIY tersebut adalah sebuah karya yang hebat. Di sini tampak Cosmogirl menyentuh sisi kreatif pembaca untuk membuat sesuatu yang berguna. Artikel

ini akan sangat membantu pembaca yang akan menghadiri *prom night* agar supaya penampilannya terlihat menarik dengan aksesoris kepala yang ada di rubrik ini.

Tips&Trick, Right Gown Right Undies! Dalam rubrik Tips&Trick tampak bahwa Cosmogirl memberikan tips yang berarti ajaran serta *trick* yang artinya siasat untuk memilih pakaian dalam yang tepat sesuai dengan gaun yang dikenakan. Rubrik ini juga memberikan tambahan informasi pada pembaca dalam rangka persiapan dating ke sebuah *prom night*. Penanda 'right' disini seolah-olah apa yang tercantum dalam Cosmogirl adalah yang paling benar. Rubrik ini menegaskan bahwa penampilan seseorang yang mengenakan gaun yang tidak sesuai panduan majalah ini adalah sebuah kesalahan.

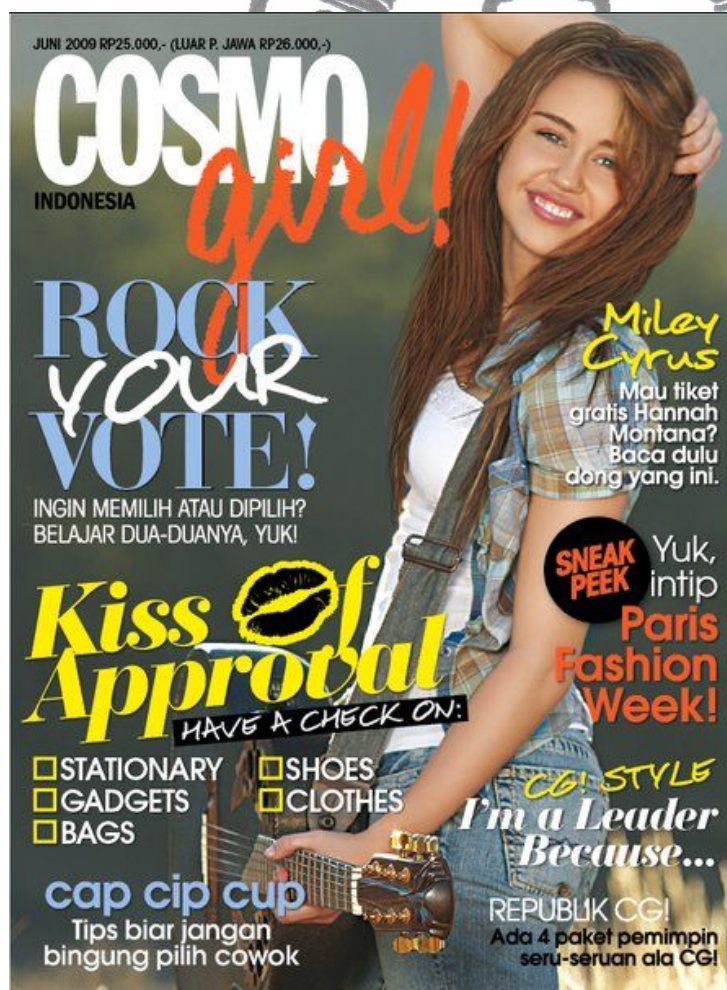
CG ! BLOG KAMU ANTI PROM? Rubrik CG ! BLOG ini mengajukan pertanyaan kepada pembaca apakah pembaca termasuk orang yang tidak menyukai *prom night*. Pengajuan pertanyaan tersebut seolah-olah *prom night* adalah sesuatu yang wajib didatangi. Menurut Cosmogirl, seseorang yang tidak datang ke sebuah *prom night* termasuk orang yang melewatkan momen berharga.

LIFE TIPS, PROM DRAMA QUEEN. Istilah *prom drama queen* biasanya digunakan untuk menggambarkan seorang perempuan yang mengalami kejadian buruk menjelang ataupun saat *prom night* berlangsung, seperti gaun pesta yang tak lagi muat di badan saat hari H, tidak mempunyai pacar untuk diajak datang ke *prom night*, ataupun rasa kurang percaya diri yang muncul karena gaun yang dipakai tidak sebagus yang orang lain kenakan (<http://prom.about.com/od/intropromsformaldance/p/prama.htm>). Di rubrik ini Cosmogirl terlihat memberikan ajaran untuk menghindari *prom drama* sehingga pembaca dapat menikmati pesta karena *prom drama* akan menjadi sebuah

pengalaman buruk yang akan terbawa terus. *Prom night* adalah acara yang hanya terjadi satu kali seumur hidup maka dari itu harus bisa berjalan dengan sempurna.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Mei 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Mei adalah menghadiri acara *prom night*, aktif di dunia maya, mengutamakan penampilan yaitu cara berpakaian, dan mengetahui info terbaru seputar dunia *fashion*.

6. Korpus 6 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Juni 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : Sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang remaja perempuan yang dikenal sebagai pemain film sekaligus penyanyi bernama Miley Cyrus . Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Miley Cyrus tampil dengan rambut berwarna coklat yang tergerai. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal dan terlihat *natural*. Ekspresi yang ditampilkan Miley Cyrus di sampul tersebut tersemyum lebar. Terlihat satu tangan Miley memegang gitar, sedangkan tangan yang lain menyibakkan rambut panjangnya. Dalam sampul tersebut Miley mengenakan kaos putih, blus kotak berwarna biru, serta celana *jeans*. Busana tersebut sama sekali tidak memperlihatkan lekukan tubuh Miley. .

Teks : Topik utama yaitu tertulis ROCK YOUR VOTE, INGIN DIPILIH ATAU MEMILIH ? BELAJAR DUA-DUANYA, YUK! Beberapa topik pendamping sendiri terdiri dari :

- Kiss of Approval, HAVE A CHECK ON : STATIONARY, GADGET, BAGS, SHOES, CLOTHES.
- Cap cip cup. Tips biar jangan bingung pilih cowok.
- REPUBLIK CG! Ada 4 paket pemimpin seru-seruan ala CG! \
- CG! STYLE I am a leader because
- CERITA ROKOK, STOP COBA COBA YA!
- SNEAK PEEK Yuk, Intip Paris Fashion Week!

Cover story yaitu Miley Cyrus, Mau tiket gratis Hannah Montana ?

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Juni tersebut adalah Miley Cyrus yang diambil gambarnya secara *medium long shot*. Dengan jarak ini tubuh Miley dari lutut ke atas terlihat jelas. Sosok Miley Cyrus mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Miley Cyrus menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* (dari arah depan) yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah objek atau wajah karakter (Pratista, 2008 : 76). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Miley Cyrus yang ceria dan tersenyum lebar. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang ramah. Senyuman lebar tersebut juga menunjukkan tentang keceriaan dunia remaja yang tidak terbebani dengan pekerjaan melainkan dunia penuh dengan melakukan hal-hal yang menyenangkan. Tanda visual yang lain adalah pose Miley yang terlihat santai dengan salah satu tangan diangkat ke atas dan membelai rambutnya yang mengandung makna konotasi tentang perempuan yang sangat menikmati masa remajanya yang bebas dan santai. Lalu tangan yang lain memegang sebuah gitar yang menunjukkan semangat perempuan di usia muda untuk mempelajari sesuatu yang baru. Gitar yang merupakan alat musik yang dikuasai oleh kebanyakan kaum pria ternyata terbukti bisa juga dimainkan oleh perempuan. Saat ini sudah banyak gitaris-gitaris berjenis kelamin wanita mulai bermunculan. Gitar tersebut juga menegaskan

bahwa Miley bukan hanya seorang aktris, melainkan juga seorang penyanyi sekaligus pencipta lagu.

Dalam sampul itu, Miley Cyrus yang tampil dengan rambut panjang warna cokelat menunjukkan bahwa tak hanya wanita berambut pirang saja yang bisa sukses di dunia hiburan. Riasan wajah Miley yang tidak terlalu tebal atau lebih dikenal dengan istilah *natural make-up* menunjukkan bahwa dengan riasan sederhana yang tidak berlebihan, seorang remaja perempuan juga bisa terlihat cantik. Sedangkan busana yang dipakai Miley terdiri dari kaos putih, kemeja kotak-kotak berwarna biru dan celana jeans biru mengandung makna konotasi tentang gaya hidup remaja yang santai dan simpel. Warna biru yang mendominasi busana yang dipakai Miley Cyrus mewakili karakter remaja modern yang enerjik dan dinamis.

Pemasangan Miley Cyrus sebagai model sampul Cosmogirl bulan Juni 2009 tersebut terkait dengan peluncuran film *Hannah Montana The Movie* yang diangkat dari serial televisi di *Disney Channel* dengan judul *Hannah Montana*. Miley sendiri berperan sebagai seorang gadis bernama Hannah Montana sejak usianya dua belas tahun. Film *Hannah Montana The Movie* ini juga merupakan debut Miley Cyrus yang bukan lagi aktris anak-anak melainkan seorang aktris remaja berusia tujuh belas tahun yang sudah beranjak dewasa. Selain dunia akting, Miley juga merambah dunia menyanyi dengan menelurkan dua buah album *original soundtrack* dan sebuah album pop *The Time of Our Lives* (<http://www.mileycyrusheaven.com/biography/>). Miley adalah sosok remaja yang bisa dijadikan idola kalangan remaja. Selain karena karirnya yang meroket di usia yang cukup muda, Miley juga seorang remaja dengan segudang talenta yaitu akting, bernyanyi, dan mencipta lagu.

Cover story yaitu Miley Cyrus, Mau tiket gratis Hannah Montana ? Baca dulu dong yang ini. Nama Miley Cyrus memang tak dapat dipisahkan dari perannya sebagai seorang gadis bernama Hannah Montana. Lewat judul *cover story* tersebut Cosmogirl ingin mengajak pembacanya untuk menyaksikan film *Hannah Montana The Movie* tetapi dengan sebuah syarat tertentu. Penanda “baca dulu dong yang ini” yang dimuat di sampul mendorong calon pembaca untuk membeli majalah agar setelah membaca akan mendapatkan kesempatan untuk menonton film secara cuma-cuma.

Topik utama yaitu ROCK YOUR VOTE! INGIN DIPILIH ATAU MEMILIH ? BELAJAR DUA-DUANYA, YUK! Di sini terlihat Cosmogirl memberikan edukasi tentang pemilihan. Pemilihan yang terjadi di dunia remaja sendiri misalnya pemilihan ketua sebuah organisasi, ataupun pemilihan wakil sebuah sekolah ataupun kelompok, dan masih banyak lagi. Penanda “rock” di sini mengandung makna bahwa dalam *voting*-menggunakan hak suara, pembaca harus bersungguh-sungguh alias tidak asal-asalan. Tanda baca seru juga menguatkan bahwa ini adalah sebuah himbauan yang harus dilakukan remaja. Sedangkan kalimat INGIN DIPILIH ATAU MEMILIH ? menunjukkan bahwa remaja mempunyai kemampuan untuk dipilih ataupun memilih. Lalu kalimat BELAJAR DUA-DUANYA, YUK! menegaskan bahwa sebelum menentukan pilihan ataupun mengajukan diri untuk dipilih, pembaca perlu menguasai apa yang akan mereka hadapi sebagai pemilih ataupun yang dipilih. Cosmogirl juga memberi motivasi kepada pembacanya untuk berani memberikan suara dan mengajukan diri.

Kiss of Approval, HAVE A CHECK ON : STATIONARY, GADGET, BAGS, SHOES, CLOTHES merupakan artikel yang terkait dengan masa kembali ke sekolah di

bulan Juni setelah libur kenaikan kelas ataupun kelulusan. Di sini terlihat Cosmogirl mengajak pembacanya untuk teliti yaitu dengan memastikan segala perlengkapan sekolah yang harus dipersiapkan seperti alat tulis, *gadget*, tas, sepatu, dan pakaian. Cosmogirl menunjukkan kepada pembacanya bahwa momen kembali belajar ke sekolah adalah sesuatu yang penting. Terlihat majalah ini menempatkan pendidikan adalah hal yang utama.

Cap cip cup. Tips biar jangan bingung pilih cowok. Kata “cap cip cup” adalah perkataan yang diucapkan oleh seorang yang bingung dalam menentukan keputusan. Pengambilan keputusan seperti itu adalah salah karena sama sekali tidak ada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Untuk itu Cosmogirl memberikan ajaran kepada remaja perempuan yang saat usia remaja identik dengan pacar. Penanda “cowok” yang dimaksudkan dalam rubrik ini adalah pacar. Dalam rubrik ini Cosmogirl seolah-olah menegaskan bahwa pacar adalah sebuah obyek yang harus dimiliki seorang perempuan di masa remajanya sehingga jangan sampai bingung menentukan pilihan.

REPUBLIK CG! Ada 4 paket pemimpin seru-seruan ala CG! Penanda “republik” menunjukkan seolah-olah Cosmogirl adalah sebuah negara. Di rubrik ini Cosmogirl adalah sebuah negara yang memiliki empat paket pemimpin, dimana tiap paket mempunyai ciri masing-masing. Kata “seru-seruan” mengandung makna konotasi bahwa gambaran pemimpin yang ditunjukkan Cosmogirl adalah pemimpin yang menyenangkan dengan spirit anak muda di dalamnya. Dengan mengumpamakan Cosmogirl sebagai sebuah negara maka terlihat sebuah penegasan bahwa pemimpin tidak harus selalu orang yang tua melainkan orang muda juga mampu memimpin.

CG! STYLE I am a leader because ... Dalam rubrik ini, Cosmogirl mengajak pembacanya untuk menggali potensi diri yang berkaitan dengan jiwa kepemimpinan. Dengan mengetahui potensi tersebut, pembaca akan termotivasi untuk berani mengajukan diri sebagai pemimpin, Menyadari potensi diri adalah hal yang inginditekankan Cosmogirl dalam rubrik ini supaya pembaca terdorong untuk tampil sebagai pemimpin.

SNEAK PEEK Yuk, Intip Paris Fashion Week! Dengan penanda '*sneak peek*' tampak bahwa majalah Cosmogirl memberikan cuplikan gambar sesuatu yang menarik yaitu *Paris Fashion Week*. Cosmogirl merasa bahwa pembacanya yang adalah remaja perempuan harus tahu informasi terbaru yang terkait dengan dunia *fashion*. Apalagi informasi itu berasal dari Paris, pusat *fashion* dunia. Maka dari itu Cosmogirl kembali menegaskan bahwa perkembangan dunia *fashion* adalah hal yang perlu diketahui untuk menunjang penampilan.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Juni 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Januari adalah gaya berpakaian yang santai serta simpel, berani menentukan pilihan, aktif dalam organisasi, mengutamakan dunia pendidikan, mempunyai pacar, dan mengetahui info terbaru seputar dunia *fashion*.

7. Korpus 7 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Juli 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang wanita muda yang dikenal sebagai aktris muda berbakat yang bernama Emma Watson. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh karakter atau bayangan pada wajah (Pratista 2008: 77). Dalam sampul tersebut terlihat Emma tampil dengan rambut panjang berwarna pirang. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun

commit to user

terlihat *natural*. Emma Watson memakai sebuah jam tangan berwarna hitam. Ekspresi yang ditampilkan Emma di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata dan bibir tertutup. Busana yang dikenakan Emma terdiri dari celana *jeans* warna biru dan kemeja bermotif kotak-kotak berwarna merah dan putih.

Teks : Rubrik utama yaitu holiday ISSUE, SEASON 3F FREE FOR FOOD! All about what you eat, yum! Topik pendamping terdiri dari :

- CG! ADA DI YOUTUBE, FACEBOOK, TWITTER, DAN WWW.COSMOGIRL.CO.ID CHECK IT OUT!
- CG! STYLE, LIFE IS A BEACH, And yes, it's a watery fahion guide!
- Love Tips, Boyfriend VS Bestfriend.
- CERITAKU "AKU HAMIL SEBELUM MENIKAH".
- GETTA DATE 13 Cara Untuk Gaet Cowok.
- TAS MAKE UP, Serba-serbi make up liburan

Cover story yaitu EMMA WATSON VS HERMIONE GRANGER, SIAPA YANG MENANG ?

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Juni tersebut adalah Emma Watson yang diambil gambarnya secara *medium long shot*. Dengan jarak ini pose Emma yang duduk terlihat secara keseluruhan. Sosok Emma Watson mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Emma Watson menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan

yang digunakan adalah *side lighting* yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh karakter atau bayangan pada wajah (Pratista 2008: 77).

Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi muka Emma Watson yang datar. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang polos dan pendiam. Senyuman pun tidak ditunjukkan oleh Emma dalam sampul tersebut. Tanda visual yang lain adalah pose Emma yang terlihat duduk santai santai menyilangkan kedua kakinya yang mengandung makna konotasi tentang perempuan yang simpel dan santai.

Dalam sampul tersebut terlihat Emma tampil dengan rambut panjang berwarna pirang agak terang lurus dan dibiarkan tergerai ke belakang. Gaya rambut seperti ini menunjukkan betapa sederhananya sosok Emma. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun terlihat *natural* memperlihatkan sosok Emma Watson yang tidak berlebihan. Emma Watson juga tampak memakai sebuah jam tangan berwarna hitam yang menunjukkan bahwa ia adalah seorang remaja yang menghargai waktu. Busana yang dikenakan Emma terdiri dari celana *jeans* warna biru dan kemeja bermotif kotak-kotak berwarna merah dan putih mengandung makna konotasi tentang gaya hidup remaja yang santai dan *casual*. Warna merah yang dikenakan Emma menunjukkan sisi seksi dari remaja walaupun dengan tampilan yang sederhana. Warna merah juga mewakili karakter remaja modern jaman ini yang berani.

Pemasangan Emma Watson sebagai model sampul Cosmogirl bulan Juli 2009 tersebut terkait dengan perjalanan karir aktingnya yang sukses berperan sebagai Hermione Granger dalam film *Hary Potter* sejak tahun 2001. Emma yang baru berusia sebelas tahun saat pertama kali bermain di film *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*.

Meledaknya film pertamanya tersebut otomatis juga melambungkan namanya di dunia hiburan. Setelah kesuksesan film pertama, Emma pun melanjutkan perannya sebagai teman Hary Potter di film-film lanjutan yang totalnya berjumlah enam. Dan di tahun 2009 film *Harry Potter and the Half-Blood Prince* diluncurkan di pasar (<http://www.imdb.com/name/nm0914612/bio>). Inilah debut Emma Watson yang bukan lagi seorang aktris anak melainkan aktris remaja yang beranjak dewasa. Emma Watson adalah sosok remaja yang bisa dijadikan idola kalangan remaja karena karir aktingnya yang bergerak naik secara konstan .

Cover story yaitu EMMA WATSON VS HERMIONE GRANGER, SIAPA YANG MENANG ? Lewat judul *cover story* tersebut Cosmogirl ingin pembaca mengetahui lebih dalam tentang sosok Emma Watson yang sebenarnya. Ini karena kebanyakan remaja perempuan mengenal sosok Emma saat menjadi Hermione. Penanda “vs” atau *versus* menunjukkan bahwa ada pertentangan antara karakter di kehidupan nyata dan di film. Jadi Cosmogirl ingin menunjukkan kepada pembacanya bahwa sosok yang ditampilkan di sebuah film adalah sosok yang berbeda di kehidupan nyata meskipun individunya sama.

Rubrik utama yaitu holiday ISSUE, SEASON 3F FREE FOR FOOD! All about what you eat, yum! Nama rubrik ‘*holiday ISSUE*’ yang tercetak di atas banner warna *shock pink* yang bergerigi dengan dua bintang warna putih di dalamnya menegaskan bahwa keceriaan masa remaja ditandai dengan kegiatan liburan. Lewat rubrik ini Cosmogirl memperlihatkan cara cara alternatif untuk menikmati liburan yaitu dengan wisata kuliner. Kalimat “*All about what you eat, yum!*” menunjukkan bahwa Cosmogirl

menghadirkan informasi yang berkaitan dengan makanan yang bisa digunakan untuk referensi menghabiskan waktu liburan.

CG! ADA DI YOUTUBE, FACEBOOK, TWITTER, DAN WWW.COSMOGIRL.CO.ID CHECK IT OUT! Dalam rubrik ini Cosmogirl memperkenalkan berbagai hal yang digunakan untuk berhubungan dengan khalayak baik pembaca atau bukan pembaca di dunia maya. Akses internet yang sudah menjadi kebutuhan wajib remaja saat ini dimanfaatkan baik oleh Cosmogirl untuk memperluas jaringannya. Di sini tampak Cosmogirl menjalankan promosinya lewat media *online* yang saat ini dinilai cukup efektif terutama untuk menjangkau anak muda. Dengan adanya situs-situs tersebut Cosmogirl mengajak remaja perempuan untuk *melek* teknologi.

CG! STYLE, LIFE IS A BEACH, And yes, it's a watery fashion guide! Rubrik CG! STYLE dalam edisi ini mengetengahkan panduan untuk berbusana bagi remaja perempuan. Judul , "LIFE IS A BEACH" menunjukkan bahwa busana yang disajikan dalam rubrik ini cocok untuk berlibur ke pantai. Hal tersebut juga diperkuat dengan kata "*watery*" yang mengandung makna tentang sesuatu yang berhubungan dengan air. Sedangkan penanda lain yaitu "*fashion guide!*" yang mengandung makna tentang pedoman cara berpakaian menunjukkan bahwa pembaca yang ingin tetap *stylish* saat berada di pantai harus berpedoman pada apa yang ditampilkan di rubrik ini.

Love Tips, Boyfriend VS Bestfriend. Kata '*llove*' yang diganti dengan gambar hati berwarna *shock pink* menunjukkan tentang cinta yang ada di dunia remaja. Cinta yang identik untuk *boyfriend*- pacar dan *bestfriend*- sahabat. Penanda '*vs*' di antara *boyfriend* dan *bestfriend* seolah-olah menegaskan bahwa ada sebuah pertentangan antara *commit to user*

dua hal tersebut. Pertentangan dalam diri sang remaja perempuan untuk memilih mana yang lebih diutamakan. Lewat rubrik ini, Cosmogirl membantu mengatasi kegelisahan tersebut agar remaja mampu bersahabat sekaligus mempunyai pacar.

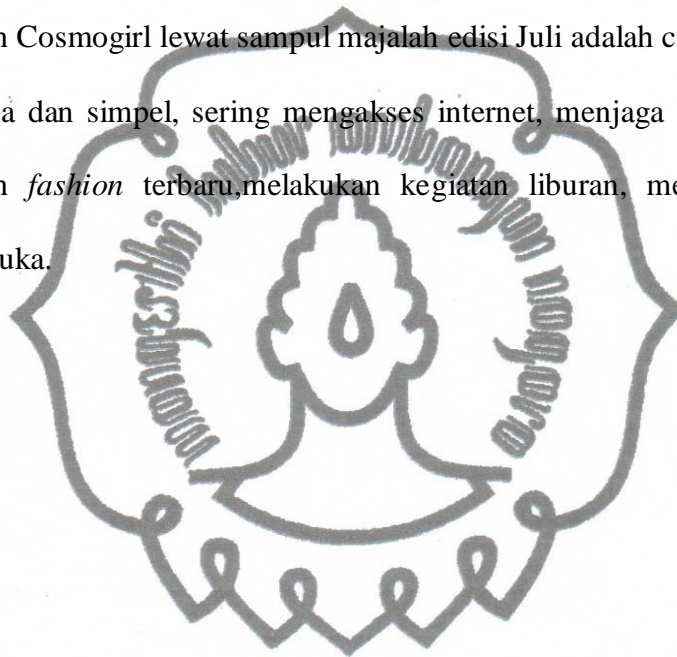
CERITAKU “AKU HAMIL SEBELUM MENIKAH”. Di sini tampak bahwa majalah Cosmogirl memberi gambaran tentang kehidupan remaja yang hamil di luar nikah. Fenomena seks bebas di kalangan remaja menjadi pendorong bagi Cosmogirl untuk perlu mengangkat hal ini ke permukaan. Dari berbagai resiko perilaku seks bebas, Cosmogirl mengangkat soal kehamilan di luar nikah. Tujuannya agar pembaca mewaspadaikan bahwa kehamilan di luar nikah akan berdampak pada masa depan sang perempuan serta sang bayi. Selain itu, sanksi sosial pun akan menyakitkan bagi pelaku sekaligus keluarga bahkan teman-temannya. Cerita ini adalah wujud dari keterbukaan remaja saat ini yang berani berbagi pengalaman sekalipun itu adalah hal yang buruk.

GETTA DATE 13 Cara Untuk Gaet Cowok. Dalam rubrik ini Cosmogirl memberikan ajaran kepada remaja perempuan untuk menarik perhatian lawan jenisnya. Penanda ‘gaet cowok’ di sini menunjukkan bahwa remaja perempuan adalah pihak yang mengerahkan berbagai cara supaya laki-laki yang ia sukai bisa tertarik padanya. Yang dimaksudkan tertarik disini selanjutnya akan menuju kepada hubungan yang lebih spesial yaitu pacaran. Cosmogirl terlihat menunjukkan bahwa masa remaja harus diisi dengan kegiatan pacaran. Pacaran dinilai sebuah hal mutlak yang harus dialami oleh setiap remaja perempuan.

TAS MAKE UP, Serba-serbi make up liburan. Dalam rubrik ini Cosmogirl memberikan informasi seputar peralatan *make up* yang perlu ada saat liburan. Di saat menikmati liburan, seseorang akan lebih banyak menghabiskan waktunya di luar ruangan

sehingga *make up* yang dimaksud tak hanya akan menunjang penampilan melainkan juga menjaga kesehatan wajah dan kulit. Cosmogirl terlihat menunjukkan bahwa *make up* adalah hal yang tak terpisahkan dengan dunia remaja perempuan saat ini.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Juli 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Juli adalah cara berpakaian remaja yang sederhana dan simpel, sering mengakses internet, menjaga penampilan sekaligus mengikuti tren *fashion* terbaru, melakukan kegiatan liburan, mempunyai pacar, dan berpikiran terbuka.



8. Korpus 8 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Agustus 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium close up* seorang wanita muda bernama Megan Fox. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Megan Fox tampil dengan rambut panjang warna hitam. Riasan wajahnya cukup tebal. Ekspresi yang ditampilkan Megan Fox di sampul tersebut tidak

commit to user

menunjukkan senyuman melainkan hanya tatapan mata yang tajam. Busana yang dikenakan Megan Fox berwarna oranye dengan aksesoris berupa kalung etnik dan anting-anting berbentuk lingkaran.

Dalam edisi bulan Agustus tersebut, Cosmogirl memberikan tema khusus yaitu kemandirian perempuan pada beberapa artikelnya. Maka dari itu tercantum tulisan INDIE GIRLS ISSUE.

Teks : Topik utama yaitu tertulis BE YOUR OWN SUPERHERO! CEWEK INDEPENDEN = KEREN! KENALI 10 TANDANYA. Topik pendamping terdiri dari :

- SIAPA MAU JADI MODEL VIDEO KLIP VIDI ALDIANO? BURUAN BUKA HAL. 53!
- DENIMOLOGY, ALL ABOUT DENIM, THEY'RE ALL HERE!
- Independent trendsetter. Tunjukin kalau kamu juga bisa bikin tren!
- Me Against The World. Mereka Unik Jadi Diri Sendiri dan Hebat.
- KOREAN BOYS MADNESS (+Lee Min- Hoo!), Open it now!
- BIAR DISAYANG PACAR, BACA: MISS INDIE.
- CG! Ngobrol langsung sama: DANIEL RADCLIFFE, CHELSEA STAUB, & LADY GAGA (Ah, kamu pasti iri...).

Judul *cover story* yaitu TRANSFORMING MEGAN, Dari Figuran Jadi Bintang.

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Agustus tersebut adalah Megan Fox yang diambil gambarnya secara *medium close up*. Dengan jarak ini, lekukan tubuh sosok Megan Fox mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga

membuat wajah Megan Fox menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* (dari arah depan) yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah objek atau wajah karakter (Pratista, 2008 : 76). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Megan Fox yang tajam namun terkesan seksi. Makna yang ditimbulkan dari ekspresi semacam itu adalah sosok wanita yang mempunyai pendirian kuat dan mandiri namun tetap bisa menarik perhatian lawan jenis.

Dalam sampul itu, Megan Fox yang tampil dengan rambut panjang warna hitam yang dibiarkan tergerai di bagian depan dan belakang. Riasan wajah Megan Fox juga cukup tebal. Ini menimbulkan makna tentang seorang remaja yang sudah beranjak menjadi wanita dewasa. Busana Megan Fox yang berwarna oranye menunjukkan keramahan dari seorang Megan. Sedangkan aksesoris berupa kalung etnik dan anting-anting berbentuk lingkaran yang ia pakai menunjukkan bahwa barang-barang tradisional masih relevan dikenakan di jaman ini.

Pemasangan Megan Fox sebagai model sampul Cosmogirl bulan Juli 2009 terkait dengan profesi yang digeluti Megan yaitu sebagai aktris dan model. Karirnya mulai meroket setelah peluncuran film *Transformers* di tahun 2007. Film yang sukses mencuri perhatian khalayak ini kemudian dibuat sekuelnya dengan bintang-bintang yang sama. Film yang kedua berjudul *Transformers: Revenge of The Fallen* mulai dilempar ke pasar pada bulan Juni 2009. Karir cemerlangnya di dunia akting juga dibarengi dengan kiprahnya sebagai model. Bahkan beberapa majalah pria dewasa memasukkannya dalam daftar *Sexiest Woman in the World* - wanita paling seksi di dunia (<http://www.meganfox.org/>). Cosmogirl terlihat memakai aktris dan model asal Amerika

Serikat yang sedang menjadi pembicaraan banyak media di dunia. Meskipun usianya sudah tidak remaja lagi yaitu dua puluh tiga tahun, Megan Fox dipandang sebagai contoh wanita yang sukses di dunia hiburan karena paras cantik, *body* seksi, serta kemampuan aktingnya. Sehingga, layak menjadi inspirasi pembaca.

Judul *cover story* sendiri mengusung judul TRANSFORMING MEGAN, Dari Figuran Jadi Bintang. Penanda '*transforming*' mempunyai menimbulkan makna bahwa rubrik ini mengupas tentang Megan Fox yang berubah. Perubahan yang dimaksud dijelaskan di kalimat selanjutnya yaitu perubahan peran dalam film yang dulunya menjadi figuran, sekarang menjadi bintang atau pemeran utama. Megan Fox yang sudah bermain film sejak umurnya enam belas tahun di sebuah film yang tayang di televisi. Butuh kurang lebih lima tahun bagi Megan yang sering menjadi pemeran pendukung hingga akhirnya menjadi pemeran utama mendampingi Shia LaBeouf's dalam film *Transformers*. Lewat rubrik ini Cosmogirl ingin memotivasi pembaca dengan mengungkapkan perjalanan karir Megan Fox yang tidak instan melainkan melalui perjuangan yang panjang. Konsistensi Megan dalam seni akting di dunia hiburan inilah yang ingin ditonjolkan oleh Cosmogirl.

Dalam edisi bulan Agustus tersebut, Cosmogirl memberikan tema khusus yaitu kemandirian perempuan pada beberapa artikelnya. Maka dari itu tercantum tulisan INDIE GIRLS ISSUE menempel di sebuah banner lingkaran warna hitam yang ada bayangan bintangnya. Ini menunjukkan bahwa edisi tersebut berisi seputar kemandirian perempuan. Kata '*indie*' sendiri adalah singkatan dari kata *independent* yang artinya kemandirian.

Topik utama sendiri adalah BE YOUR OWN SUPERHERO! CEWEK INDEPENDEN = KEREN! KENALI 10 TANDANYA. Cosmogirl terlihat memotivasi pembacanya untuk menjadi *superhero*- pahlawan untuk dirinya sendiri. Penanda '*superhero*' mengandung makna tentang penolong. Jadi yang dimaksudkan "*be your own superhero*" di sini adalah mampu menolong dirinya sendiri saat menghadapi kesulitan atau dengan kata lain mampu menjadi pribadi yang mandiri. Penanda '=' yang berada diantara kata '*independent*' dan 'keren' menunjukkan bahwa kemandirian itu akan membuat pembaca tampak berwibawa. Sepuluh tanda yang disajikan dalam rubrik ini digunakan Cosmogirl untuk menciptakan remaja perempuan yang mandiri.

Selanjutnya topik pendamping yang berada di sampul majalah bagian teratas adalah SIAPA MAU JADI MODEL VIDEO KLIP VIDI ALDIANO? BURUAN BUKA HAL. 53! Pemuatan ajakan ini di sampul majalah jelas menarik remaja perempuan untuk membeli majalah dan mencari tahu bagaimana cara untuk menjadi model video klip. Lewat rubrik ini, Cosmogirl memberi kesempatan seluas-luasnya bagi remaja perempuan untuk dikenal oleh khalayak ramai dengan tampil dalam video klip tersebut. Cosmogirl semakin menegaskan bahwa bidang pekerjaan di dunia hiburan adalah hal yang perlu dicoba. Majalah ini juga menantang remaja perempuan untuk berani mencoba sesuatu yang baru.

DENIMOLOGY, ALL ABOUT DENIM, THEY'RE ALL HERE! Kata '*denimology*' yang tercetak besar dan mencolok menegaskan bahwa rubrik ini menjelaskan seputar berbagai macam jenis denim. Penanda '*denimology*' menimbulkan makna seolah-olah ada sebuah ilmu pengetahuan yang mempelajari soal denim. Denim alias *jeans* merupakan bagian yang tak terpisahkan dari budaya pop Ameika. Denim yang
commit to user

awalnya hanya dipakai oleh para kaum buruh ternyata kemudian berkembang pesat. Denim pun sekarang tak hanya digemari anak muda tetapi juga orang dewasa. Bahkan denim telah menjadi tren dunia (<http://jeanswest.com.au/Denim-Expert/History-of-Denim.html>). Dalam rubrik ini terlihat Cosmogirl mengangkat sebuah tren yang sangat dekat dengan karakter remaja. Denim atau *jeans* yang telah menjadi produk *fashion* yang wajib dimiliki oleh remaja mengisyaratkan gaya hidup remaja yang simpel dan *casual*.

Independent trendsetter. Tunjukin kalau kamu juga bisa bikin tren! Dengan penanda '*independent trendsetter*' tampak bahwa majalah Cosmogirl memberikan ajaran untuk menjadi pembuat tren. Tren yang dimaksud bisa berarti luas tak hanya sebatas tren pakaian melainkan tren hobi, tren liburan, tren musik, dan masih banyak lagi. Di rubrik ini Cosmogirl coba membangun rasa kepercayaan diri pembaca untuk membuat apa yang mereka sukai menjadi sebuah tren yang diikuti orang lain.

Me Against The World. Mereka Unik Jadi Diri Sendiri dan Hebat. Dalam rubrik ini Cosmogirl terlihat memberikan inspirasi pada pembacanya untuk percaya diri dan tampil menunjukkan potensinya. Penanda '*me against the world*' yang artinya menaklukkan dunia menunjukkan semangat anak muda yang berkobar. Semangat itulah yang harus disalurkan kepada hal-hal positif dan bermanfaat bagi dirinya dan masyarakat.

KOREAN BOYS MADNESS (+Lee Min- Hoo!), Open it now! Dalam rubrik ini Cosmogirl ingin menunjukkan bahwa idola remaja perempuan saat itu tak hanya para selebriti yang berasal dari negara-negara barat saja. Seorang aktor bernama Lee Min-Hoo asal Korea pun mendapat tempat di hati para remaja perempuan di Indonesia. Melambungnya nama Lee Min Hoo dikarenakan drama seri yang berjudul *Boys Over Flowers* yang tayang di stasiun televisi nasional yang ia bintanginya cukup diminati. Dengan

penanda 'madness', Cosmogirl seolah-olah menggambarkan bagaimana tergilagilanya remaja perempuan terhadap sosok Lee Min Hoo ini.

BIAR DISAYANG PACAR, BACA: MISS INDIE. Dalam rubrik ini Cosmogirl tampak menunjukkan bahwa seorang laki-laki itu lebih menyayangi seorang perempuan yang mandiri. Jadi Cosmogirl menilai bahwa perempuan yang tidak mempunyai kemandirian tidak pantas mendapatkan kasih sayang dari pacarnya. Dengan rubrik ini, Cosmogirl tampak menggiring pembacanya untuk menuju sebuah kemandirian demi pacarnya bukan demi individu tersebut.

CG! Ngobrol langsung sama: DANIEL RADCLIFFE, CHELSEA STAUB, & LADY GAGA (Ah, kamu pasti iri...). Rubrik ini mengetengahkan petikan wawancara antara reporter Cosmogirl dengan tiga selebriti yang sedang menjadi idola remaja saat itu. Penanda 'ngobrol' menunjukkan bahwa wawancara yang dilakukan Cosmogirl bersifat santai. Kalimat "Ah, kamu pasti iri..." menunjukkan bahwa pertemuan reporter Cosmogirl dengan ketiga artis tersebut mengundang rasa iri dari pembacanya. Ini karena ketiganya merupakan sosok yang sangat diidolakan oleh kebanyakan remaja perempuan pembaca Cosmogirl. Daniel Radcliffe adalah pemeran Harry Potter dalam tujuh film Harry Potter yang diproduksi sejak tahun 2001. Inilah yang menjadikan sosok Daniel Radcliffe idola remaja sampai sekarang. Chelsea Staub adalah aktris film dan drama televisi yang bermain dalam film-film bertemakan remaja yang sukses di pasaran. Salah satu fimnya yang bertemakan remaja adalah *Jonas Brothers: Living the Dream*. Chelsea juga adalah salah satu nominasi penghargaan *Teen Choice Awards* kategori aktris pendatang baru terbaik dalam serial televisi, *Teen Choice Awards* sendiri merupakan ajang penghargaan yang diberikan pada bintang film yang masih remaja. Sedangkan

Lady Gaga adalah seorang penyanyi yang sangat mencuri perhatian dengan musik sekaligus penampilannya di panggung yang sangat *nyentrik*. Setelah album pertamanya di tahun 2008 meraih enam penghargaan dalam ajang *Grammy Award*, tahun 2009 ini Lady Gaga merilis album keduanya.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Agustus 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Agustus adalah mengenakan produk *jeans* atau denim, berani mencoba berkarir di dunia hiburan, mampu menjadi *trendsetter*, mengembangkan potensi diri, mementingkan pendapat pacar, dan mengikuti informasi perkembangan dunia hiburan.

9. Korpus 9 : Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia September 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang wanita muda yang dikenal sebagai penyanyi yang bernama Colbie Caillat. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Colbie Caillat tampil dengan rambut panjang ditata ke samping. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun terlihat *natural*. Ekspresi yang ditampilkan Colbie di sampul tersebut menunjukkan senyuman lebar. Busana yang dikenakan Colbie adalah celana jeans biru yang robek di bagian lutut dan blouse berwarna putih. Dalam sampul tersebut, Colbie Caillat duduk santai di sebuah sofa merah dan memegang sebuah okulele.

Teks : Topik utama yaitu tertulis STATUS: CG! IS NOW ONLINE!, SOCIAL NETWORKING, INSTANT MESSAGING, BLOGGING, ONLINE SHOPPING, GOSSIPING, INFO SEARCHING, ONLINE GAMING.

Topik pendamping yang berjumlah enam terdiri dari :

- SIAPA MAU JADI MODEL VIDEO KLIP VIDI ALDIANO? BURUAN BUKA HAL. 53!
- Virtual Fashionista + Stylish Surfer Girl, Buat kamu pecinta dunia maya (+plus fashion!)
- STEVE JOBS, From Zero To Hero.
- [http://click & save.com](http://click&save.com). Trik biar tidak ketemu penjahat saat online.
- CERITAKU, “AKU MASIH TRAUMA DENGAN JEJARING SOSIAL”.

- Bon belanja, BUTIK-BUTIK ONLINE PILIHAN CG!
- SOCIAL CHAT. Tips dari mulai bagi-bagi pin BB sampai shout out di Twitter.

Cover story yaitu Colbie Caillat, Karier musiknya dimulai dari internet.

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi September ini adalah Colbie Caillat yang diambil gambarnya secara *medium close up*. Karena posisi Colbie yang duduk bersila di sebuah sofa, maka seluruh bagian tubuh Colbie dapat dengan jelas terlihat. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Colbie Caillat yang tersenyum lebar. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang ramah dan ceria.

Dalam sampul tersebut terlihat Colbie Caillat tampil dengan rambut panjang ditata ke samping. Rambutnya ikal dan berwarna pirang. Riasan wajah Colbie caillat tidak tebal melainkan *natural*. Penampilan Colbie tersebut menimbulkan makna tentang seorang remaja yang sederhana dan menonjolkan kecantikan alami. Busana yang dikenakan Colbie adalah celana jeans biru yang robek di bagian lutut dan blouse berwarna putih. Cara berpakaian dan warna busananya sangat menonjolkan gaya remaja yang santai dan *casual*. Dalam sampul tersebut, Colbie Caillat memegang sebuah okulele menimbulkan kesan bahwa Colbie adalah seorang sosok yang berjiwa seni. Colbie terlihat mempunyai kemampuan dalam hal bermusik. Posisi duduk Colbie yang

terlihat santai di atas sofa berwarna merah mengandung makna konotasi bahwa Colbie adalah seorang figur publik yang jauh dari kata glamor.

Hadirnya Colbie Caillat dalam sampul majalah Cosmogirl edisi September tersebut dinilai karena Colbie adalah seorang remaja yang bisa memberi inspirasi pembaca. Wanita kelahiran 28 Mei 1985 ini mulai belajar bermain gitar di saat usianya sudah 19 tahun. Seiring bermain gitar Colbie pun menulis lagu-lagu untuk ia nyanyikan. Sampai pada tahun 2007, ia meluncurkan album bertajuk *Coco* yang berisi lagu andalannya berjudul *Bubbly*. Lagu ini adalah lagu ciptaan Colbie sendiri yang sudah dinikmati oleh jutaan orang lewat jejaring sosial *My Space* (http://www.aceshowbiz.com/celebrity/colbie_caillat/biography.html). Dengan kemampuan vokal, bermain gitar, dan penciptaan lagu, Colbie Caillat adalah seorang seniman muda digunakan Cosmogirl untuk memberi inspirasi kepada pembacanya.

Tampilnya Colbie Caillat di sampul majalah sangat berhubungan dengan judul *cover story*-nya yaitu “Colbie Caillat, Karier musiknya dimulai dari internet”. Lewat judul tersebut Cosmogirl ingin menjelaskan bahwa Colbie Caillat adalah seorang pemusik yang menggunakan media internet sebagai langkah awalnya meraih simpati publik. Usaha Colbie yang pada akhirnya berhasil tersebut diharapkan mampu menjadi sebuah contoh bagi pembaca Cosmogirl untuk memaksimalkan penggunaan internet sehingga bisa menjadi sebuah sarana meraih impian ataupun mengembangkan karir. Cosmogirl ingin pembacanya untuk selalu kreatif dalam mengembangkan potensinya.

Topik utama adalah STATUS: CG! IS NOW ONLINE!, SOCIAL NETWORKING, INSTANT MESSAGING, BLOGGING, ONLINE SHOPPING, GOSSIPING, INFO SEARCHING, ONLINE GAMING. Dalam edisi ini Cosmogirl

commit to user

mengangkat topik tentang segala hal yang berhubungan dengan penggunaan media internet. Kalimat STATUS: CG! IS NOW ONLINE! menunjukkan bahwa dalam rubrik ini Cosmogirl memberikan segala informasi mengenai apa saja yang bisa dinikmati dengan fasilitas internet. Ada tujuh hal yang dijelaskan kepada pembaca antara lain jejaring sosial, pesan singkat, blog, belanja *online*, info gossip, alat pencari, dan bermain *game*. Cosmogirl terlihat memberi edukasi kepada remaja perempuan tentang perkembangan dan pemanfaatan media internet. Tujuannya, agar pembaca (remaja perempuan) selalu *up to date* serta *melek* teknologi.

SIAPA MAU JADI MODEL VIDEO KLIP VIDI ALDIANO? BURUAN BUKA HAL. 53! Pemuatan ajakan ini di sampul majalah jelas menarik remaja perempuan untuk membeli majalah dan mencari tahu bagaimana cara untuk menjadi model video klip. Lewat rubrik ini, Cosmogirl memberi kesempatan seluas-luasnya bagi remaja perempuan untuk dikenal oleh khalayak ramai dengan tampil dalam video klip tersebut. Cosmogirl semakin menegaskan bahwa bidang pekerjaan di dunia hiburan adalah hal yang perlu dicoba. Majalah ini juga menantang remaja perempuan untuk berani mencoba sesuatu yang baru.

Virtual Fashionista + Stylish Surfer Girl, Buat kamu pecinta dunia maya (+plus fashion!). Dalam rubrik ini Cosmogirl memberikan informasi bagi pembaca yang membutuhkan informasi tentang perkembangan *fashion* yang dimuat di media internet. Penanda '*virtual fashionista*' mempunyai makna tentang seorang pecinta *fashion* yang menggunakan media internet untuk memperkaya wawasannya tentang dunia *fashion*. Sedangkan penanda '*stylish surfer girl*' mengandung makna seseorang pengakses internet yang *fashionable*. Penanda '+' menunjukkan bahwa informasi di dalam rubrik ini

ditujukan pada mereka yang tak hanya tertarik pada dunia maya melainkan juga pada dunia *fashion*. Cosmogirl terlihat menegaskan pada pembaca bahwa dunia *fashion* dan internet adalah dua hal yang saling mendukung. Untuk pembaca sendiri Cosmogirl menghimbau agar cara berpenampilannya selalu *up to date* dengan bantuan media internet.

STEVE JOBS, From Zero To Hero. Rubrik ini menceritakan tentang seorang warga Amerika Serikat pendiri *Apple computers* yang bernama Steve Jobs. Judul rubrik “*From Zero to Hero*” mengandung makna sebuah perjalanan hidup yang awalnya bukan siapa-siapa menjadi seorang yang sukses di bidang yang ia geluti. Steve Jobs digambarkan sebagai *zero* karena ia memang *drop out* dari kuliahnya di tahun 1976, saat usianya 21 tahun. Namun saat ini Steve Jobs sukses mendunia dengan produk computer *Apple-nya*. Selain itu, Steve Jobs juga Chief Executive Officer dari Pixar, sebuah perusahaan animasi yang memproduksi film-film animasi Walt Disney.

[http://click & save.com](http://click&save.com). Trik biar tidak ketemu penjahat saat online. Lewat rubrik ini, Cosmogirl memberikan ajaran dan siasat untuk menjaga diri di dunia maya. Penanda ‘*click & save*’ mengingatkan pembaca untuk menjaga berbagai macam akunnya tetap dalam keadaan aman. Sehingga segala privasinya terlindungi. Cosmogirl ingin pembacanya menjadi pribadi yang waspada dan hati-hati saat menjelajahi dunia maya.

CERITAKU, “AKU MASIH TRAUMA DENGAN JEJARING SOSIAL”. Di sini tampak bahwa majalah Cosmogirl memberi suatu contoh tentang pengalaman buruk menggunakan jejaring sosial. Penanda ‘trauma’ yang digunakan dalam rubrik ini seolah menunjukkan apa yang dirasakan seseorang yang mengalami kejadian yang amat

ditakutkan. Dalam rubrik ini Cosmogirl memberi peringatan kepada pembacanya untuk cerdas dalam penggunaan situs jejaring sosial.

Bon belanja, BUTIK-BUTIK ONLINE PILIHAN CG! Lewat rubrik ini Cosmogirl memberikan informasi tentang tempat tujuan belanja secara *online*. Dengan informasi tersebut, pembaca akan memperoleh berbagai referensi sehingga memudahkannya untuk memperoleh produk yang ia inginkan. Yang jelas di sini Cosmogirl seolah-olah mendidik pembacanya untuk menjadi seorang pembelanja sejak remaja.

SOCIAL CHAT. Tips dari mulai bagi-bagi pin BB sampai shout out di Twitter. Di dalam rubrik ini terlihat Cosmogirl memberikan ajaran seputar penggunaan *social chat* agar berjalan dengan semestinya. Selain itu di sini tampak ada jenis-jenis *social chat* yang terdiri dari *Blackberry Massanger* dan *Twitter*. Majalah ini menghimbau pembaca sebagai pengguna *social chat* untuk terus berhati-hati dalam membagikan pin handphone *Blackberry* dan menulis *shout out* dalam akun *twitter*-nya.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi September 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Cosmogirl melalui jenis huruf dan warna yang tercetak di sampul, majalah ini tampil sebagai majalah yang modern, feminim, anggun sekaligus akrab dengan pembacanya. Gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi September adalah mampu mengoperasikan berbagai fasilitas yang ada di dunia maya, berani mencoba berkarir di dunia hiburan, mampu mengembangkan kreatifitas, melakukan aktifitas yang berhubungan dengan musik dan belanja secara *online*. Dengan gaya hidup tersebut Cosmogirl memberikan pesan pada pembaca tentang karakter remaja perempuan yang

diangkat dalam sampul majalah tersebut yaitu kreatif, berjiwa seni, *fashionable*, berani, dan *up to date*.

10. Korpus 10: Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Oktober 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang wanita muda yang dikenal sebagai aktris yang bernama Selena Gomez. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista
commit to user

2008: 76). Dalam sampul tersebut terlihat Selena tampil dengan rambut panjang hitam tergerai dengan poni lebat yang menutupi dahinya. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun terlihat *natural*. Selena Gomez memakai kalung serta gelang. Ekspresi yang ditampilkan Selena di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata tajam dan bibir yang tertutup. Busana yang dikenakan Selena Gomez bernuansa warna hijau dan kuning. Dia juga mengenakan rok dengan perpaduan warna hitam dan putih yang dipadukan dengan celana ketat warna hitam. Busana tersebut memperlihatkan lekukan tubuh Selena Gomez bagian atas.

Teks : Topik utama yaitu tertulis Happy Birthday, CG! ALL OUT ALL EIGHT.

Topik pendamping yang terdiri dari :

- FORMULIR PENDAFTARAN COSMOGIRL OF THE YEAR, 2009 ADA DI EDISI INI, BURUAN DAFTAR!
- SEMUA SERBA DELAPAN.
- LIFE TIPS : Lets spot fake things in life!

Cover story yaitu The Truth About Selena Gomez.

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Oktober tersebut adalah Selena Gomez yang diambil gambarnya secara *medium long shot*. Dengan jarak ini, lekukan tubuh Selena dari atas sampai lutut terlihat jelas. Sosok Selena mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah sosok Selena Gomez menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *frontal lighting* yang cenderung menghapus bayangan dan

menegaskan bentuk sebuah obyek (Pratista 2008: 76). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Selena yang serius dan terkesan keras. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang tangguh dan berpendirian kuat.

Dalam sampul itu, Selena yang tampil dengan rambut panjang warna hitam dengan poni lebat di bagian depan memperlihatkan bagaimana penampilan kebanyakan remaja perempuan yaitu berambut panjang dan lurus. Riasan wajah Selena yang tidak terlalu tebal atau lebih dikenal dengan istilah *natural make-up*. Anting mutiara yang menghiasi lehernya dengan kalung warna warni serta gelang dan cincin yang menghiasi pergelangan tangan serta jari-jemarnya. Aksesoris yang dipakai menimbulkan kesan glamor. Sedangkan busana terbuka yang dipakai Selena mengandung makna konotasi bagaimana remaja perempuan sudah tidak malu-malu lagi untuk menunjukkan lekuk tubuh. Busananya yang berwarna hijau dan hitam mempunyai makna konotasi tentang sesuatu yang kuat dan berwibawa. Busana yang dipakai Selena tersebut mampu mewakili karakter remaja modern jaman ini yang kuat dan tangguh. Tangannya yang berkacak pinggang menimbulkan makna konotasi bagaimana seorang remaja perempuan berani tampil di depan khalayak. Sesuai dengan slogan yang diusung majalah ini yaitu “CosmoGIRL! Is Born To Lead”, remaja perempuan saat ini telah siap untuk menjadi pemimpin.

Pemasangan Selena Gomez sebagai model sampul Cosmogirl bulan Oktober 2009 tak jauh dari profesi yang ia geluti sekarang sebagai aktris dan penyanyi. Selena memulai karir keartisannya di usia 12 tahun yaitu bermain dalam acara produksi *Disney Channel* yaitu *Barney & Friends* (<http://www.selenagomezsite.com/biography/>). Selain berkari di

dunia hiburan, Selena adalah salah satu pembicara di UNICEF dalam acara *Trick or Treat Campaign*, sebuah gerakan pengumpulan uang oleh anak-anak dalam rangka membantu anak-anak lain yang membutuhkan yang tersebar di seluruh dunia. Acara ini diselenggarakan tepat pada Halloween tahun 2008. Setahun kemudian tepatnya bulan Oktober 2009, Selena yang saat itu berusia 17 tahun diangkat menjadi duta termuda UNICEF. Misi pertamanya adalah di bulan September di tahun yang sama yaitu terbang ke Ghana untuk sebuah misi kemanusiaan (<http://www.unicefusa.org/news/releases/teen-sensation-selena-gomez.html>). Sosok Selena yang muda, aktif, dan berani inilah yang ditonjolkan oleh Cosmogirl. Prestasi dan aktivitas Selena pun sangat sesuai dengan slogan majalah yang sudah memasuki usia ke-8 ini yaitu “CosmoGIRL! Is Born To Lead”.

Judul *cover story* dalam edisi tersebut adalah “The Truth About Selena Gomez”. Di rubrik ini Cosmogirl mengungkap berbagai fakta tentang sosok Selena yang dikenal sebagai salah satu bintang remaja yang bernaung di bawah *Disney Channel*. Penanda ‘*truth*’ mengandung makna konotasi bahwa fakta yang diungkapkan meliputi beberapa kebenaran tentang kehidupan Selena di luar karir keartisannya. Kebenaran tersebut meliputi perannya sebagai duta UNICEF, gerakan filantropinya terkait dengan pendidikan politik terhadap remaja, dan profesinya sebagai seorang pemilik rumah produksi July Moon (<http://www.selenagomezsite.com/biography/>).

Topik utama yaitu Happy Birthday, CG! ALL OUT ALL EIGHT, di edisi ini Cosmogirl merayakan ulang tahunnya yang ke- 8. Dengan kalimat “ALL OUT ALL EIGHT” tampak bahwa orang-orang di balik pembuatan edisi ulang tahun Cosmogirl yang ke- 8 ini mengarahkan segala kreatifitasnya secara *all out*- maksimal. Sehingga

pembaca Cosmogirl mendapati sesuatu yang spesial di edisi ulang tahun ini. Cosmogirl terlihat menyuguhkan sebuah edisi yang sangat berbeda dengan edisi bulanan yang regular.

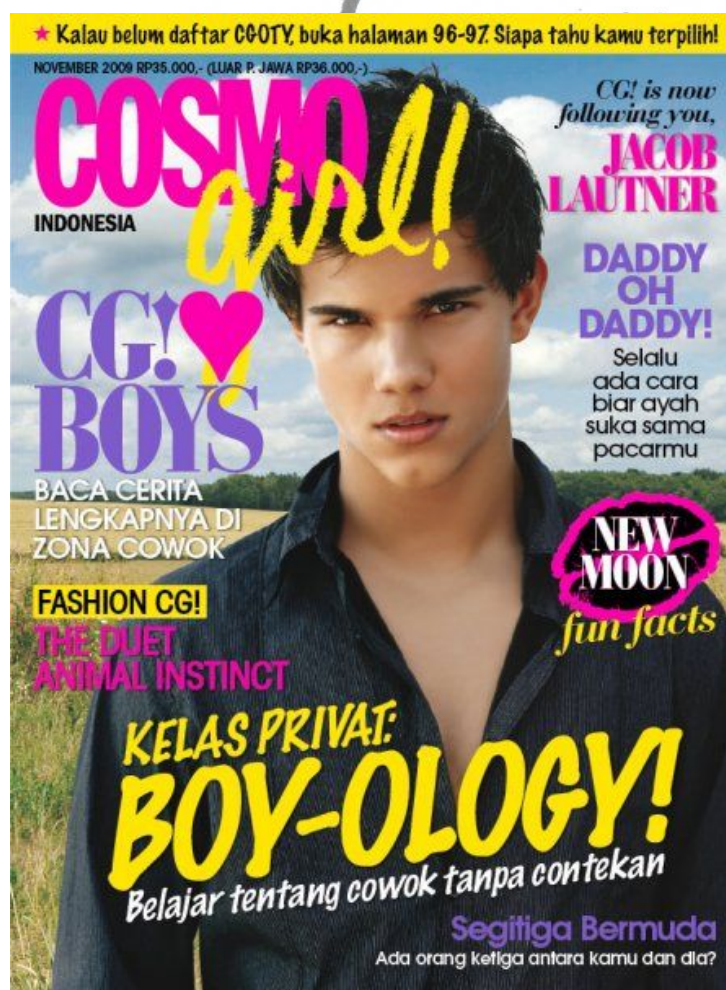
Rubrik pendamping pertama adalah FORMULIR PENDAFTARAN COSMOGIRL OF THE YEAR 2009 ADA DI EDISI INI, BURUAN DAFTAR! Di edisi ulang tahun ini Cosmogirl mencantumkan formulir pendaftaran untuk menjadi peserta dalam acara COSMOGIRL OF THE YEAR 2009. Penanda “Buruan Daftar!” mengandung makna bahwa formulir ini terbatas dan hanya ada di edisi ulang tahun kali ini. Maka pembaca diminta secepatnya mendaftarkan dirinya sebagai peserta perhelatan setahun sekali ini, Acara CosmoGIRL! Of The Year merupakan sebuah ajang tahunan pemilihan idola pembaca Cosmogirl Indonesia, pencarian remaja Cosmogirl Indonesia sejati yang unik dan sadar akan apa arti kecantikan yang sejati. Dengan mengikuti ajang ini Cosmogirl ingin pembacanya lebih berani mencoba sesuatu yang baru.

SEMUA SERBA DELAPAN. Di sini tampak Cosmogirl memberikan segala hal yang berjumlah delapan. Angka delapan digunakan karena memang disesuaikan dengan jumlah umur Cosmogirl Indonesia.

LIFE TIPS : Lets spot fake things in life! Di rubrik ini terlihat Cosmogirl memberikan tips bagi pembacanya untuk mengungkap tentang berbagai hal yang palsu yang ada di kehidupan masyarakat. Penanda ‘fake things’ mengandung makna tentang segala hal yang palsu. Ajakan Cosmogirl untuk membicarakan hal yang palsu menandakan bahwa majalah ini mengajak pembacanya untuk bersikap jujur dan terbuka dalam kehidupan.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah edisi khusus ulang tahun Cosmogirl pada bulan Oktober 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Oktober adalah cara berpakaian yang terbuka, mengerjakan segala hal dengan maksimal, dan berani berbicara terbuka.

11. Korpus 11: Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia November 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium close up* seorang laki-laki muda yang dikenal sebagai actor yang bernama Jacob Lautner. Sudut pengambilan

commit to user

gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* (dari arah samping) yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh atau bayangan wajah (Pratista 2008: 77). Dalam sampul tersebut terlihat Jacob tampil dengan rambut pendek berwarna hitam. Ekspresi yang ditampilkan Jacob di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata tajam. Pakaian yang dikenakan Jacob Lautner berwarna abu-abu tua dengan dua kancing di bagian atas dibiarkan terbuka, sehingga dada Jacob terlihat sedikit.

Teks : Topik utama yaitu tertulis KELAS PRIVAT: BOY-OLOGY! Belajar tentang cowok tanpa contekan. Topik pendamping yang berjumlah terdiri dari :

- Kalau belum daftar CGOTY, buka halaman 96-97. Siapa tahu kamu terpilih!
- CG! LOVE BOYS, BACA CERITA LENGKAPNYA DI ZONA COWOK.
- FASHION CG! THE DUET ANIMAL INSTINCT.
- Segitiga Bermuda, Ada orang ketiga antara kamu dan dia?
- NEW MOON, fun facts.
- DADDY OH DADDY! Selalu ada cara biar ayah suka dengan pacarmu.

Cover story yaitu CG! is now following you JACOB LAUTNER.

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi November tersebut berbeda dari biasanya. Cosmogirl yang selalu menggunakan seorang perempuan sebagai model sampul, di edisi ini Cosmogirl menggunakan seorang laki-laki bernama Jacob Lautner sebagai model sampul. Jacob diambil gambarnya secara *medium close up*. Dengan jarak ini, tubuh Jacob dari dada ke atas terlihat jelas. Sosok Jacob mendominasi *frame* dan latar belakang tidak

lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Rihanna menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* (dari arah samping) yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh atau bayangan wajah yang menimbulkan kesan tegas pada gambar (Pratista, 2008 : 77). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi Jacob yang serius dan terkesan keras. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang bertanggung jawab terhadap segala penyelesaian masalah yang menjadi tanggung jawabnya. Ia tidak mengenal kompromi dan selalu tegas dalam bertindak (Tinarbuko, 2008 : 65).

Dalam sampul tersebut terlihat Jacob tampil dengan rambut pendek berwarna hitam. Wajah serta tatanan rambut Jacob Lautner digunakan Cosmogirl seolah-olah untuk menunjukkan bahwa sosok laki-laki seperti Jacob inilah yang dicintai dan diidolakan oleh remaja perempuan kebanyakan. Pakaian yang dikenakan Jacob Lautner berwarna abu-abu tua dengan dua kancing di bagian atas dibiarkan terbuka, sehingga dada Jacob terlihat sedikit. Pose, warna pakaian yang gelap didukung tatapan mata Jacob Lautner mengandung makna tentang kekuatan laki-laki yang ditunjukkan di sebuah majalah untuk perempuan. Cosmogirl yang memasang wajah laki-laki di sini seolah-olah menunjukkan bahwa kehidupan remaja perempuan tidak bisa dipisahkan dari kehadiran lawan jenisnya. Dengan kata lain kehadiran laki-laki punya arti penting di dalam kehidupan perempuan. Sehingga makna akan kemandirian menjadi sedikit kabur dengan kehadiran sosok laki-laki di sini.

Pemasangan Jacob Lautner sebagai model sampul Cosmogirl bulan November 2009 tersebut dilatarbelakangi dengan profesinya sebagai seorang aktor. Remaja yang lahir pada bulan Februari delapan belas tahun yang lalu ini telah berakting di tahun 2005 yaitu di film *The Adventures of Sharkboy and Lavagirl 3-D*. Beranjak remaja, di tahun 2008 Jacob muncul sebagai seorang suku asli Amerika yang berambut panjang di film fenomenal *Twilight*. Kemudian dengan penampilan baru yang semakin matang Jacob dengan tubuh tegap dan gaya rambut baru menghentak publik dengan perannya di sekuel *Twilight Saga: New Moon* di tahun 2009. Penampilan baru Jacob ini bukan hal yang bisa dianggap remeh karena dengan debut barunya di *Twilight Saga : New Moon*, Jacob meraih penghargaan sebagai aktor film terfavorit dalam acara *Kids Choice Award*.

Tampilnya Jacob Lautner di sampul majalah tidak dapat dipisahkan dengan judul *cover story*-nya yaitu *CG! is following you, JACOB LAUTNER*. Kalimat “*CG! is following you*” menunjukkan bahwa Cosmogirl akan mengikuti segala hal yang berkaitan dengan Jacob Lautner. Lewat judul *cover story* tersebut Cosmogirl ingin menegaskan bahwa sosok Jacob saat ini pantas dan layak untuk diberitakan. Latar belakangnya jelas karena penampilan barunya saat tampil di film *Twilight Saga: New Moon*. Kesuksesan Jacob ini membuatnya sebagai idola remaja baru.

Topik utama yaitu tertulis **KELAS PRIVAT: BOY-OLOGY!** Belajar tentang cowok tanpa contekan. Dalam rubrik utama ini Cosmogirl memberikan ajaran kepada pembacanya (remaja perempuan) tentang apa yang perlu mereka ketahui tentang dunia laki-laki. Penanda ‘kelas privat’ dalam judul menunjukkan bahwa rubrik ini adalah sesuatu yang sangat pribadi dan jarang diungkapkan di khalayak ramai. Sedangkan kata **BOY-OLOGY** yang terdiri dari kata *boy* dan *ology* mempunyai makna tentang sebuah *commit to user*

ilmu yang mempelajari tentang laki-laki. Dengan adanya rubrik ini, Cosmogirl ingin pembacanya lebih terbuka pikirannya.

Kalau belum daftar CGOTY, buka halaman 96-97. Siapa tahu kamu terpilih! Lewat rubrik ini, Cosmogirl kembali mengingatkan pembacanya tentang penyelenggaraan CGOTY, Cosmogirl Of The Year 2009. Cosmogirl masih membuka kesempatan bagi partisipan-partisipan baru untuk bertanding di ajang pemilihan tahunan ini. Penyampaian informasi tentang CGOTY 2009 ini menunjukkan bahwa Cosmogirl sangat mengharapkan banyak remaja perempuan menjadi bagian dari kompetisi ini. Majalah ini ingin pembacanya menghadiri acara-acara sejenis yang berhubungan dengan kompetisi kecantikan.

CG! LOVE BOYS, BACA CERITA LENGKAPNYA DI ZONA COWOK. Kalimat CG! LOVE BOYS menunjukkan bahwa Cosmogirl membuka diri dengan kehadiran laki-laki. Itulah yang ingin juga diharapkan dari pembacanya yaitu membuka diri untuk kehadiran laki-laki dalam kehidupan. Di sini tampak Cosmogirl mengungkapkan berbagai hal sebagai wujud dari keterbukaan Cosmogirl terhadap kehadiran laki-laki. Keterbukaan ini jelas terlihat dari Cosmogirl yang menggunakan laki-laki sebagai model sampul majalah edisi bulan November 2009.

FASHION CG! THE DUET ANIMAL INSTINCT. Kata '*fashion*' jelas menunjukkan bahwa rubrik ini memberikan informasi seputar cara berpenampilan dengan segala produk *fashion*. Penanda '*duet*' di sini mengandung makna bahwa cara berpenampilan dalam rubrik ini terdiri dari dua elemen yaitu untuk laki-laki dan perempuan. Sedangkan penanda '*animal instinct*' menunjukkan bahwa tren *fashion* yang ditampilkan dalam rubrik ini berkaitan dengan motif *animal printed* yang sedang

digemari pada saat itu. Cosmogirl terlihat ingin membuat pembacanya lebih kompak dengan pasangannya soal cara berpakaian serta tetap *up to date* dan *stylish*.

Segitiga Bermuda, Ada orang ketiga antara kamu dan dia? Segitiga yang mempunyai merupakan bangun dua dimensi yang mempunyai titik sudut digunakan untuk mengibaratkan hubungan seseorang dengan pacarnya dan orang ketiga dalam hubungan tersebut. Yang jelas istilah cinta segitiga merupakan hubungan yang tidak sehat karena terdiri dari tiga pihak. Cosmogirl tampak memberikan pertanyaan pada pembacanya tentang kehadiran orang ketiga. Dengan pertanyaan tersebut terlihat Cosmogirl membuat pembacanya untuk waspada dengan kehadiran orang ketiga dalam hubungan cintanya. Menurut Cosmogirl, kewaspadaan seperti itu adalah ciri remaja perempuan yang cerdas dalam membina hubungan.

NEW MOON, fun facts. Di sini Cosmogirl memberikan informasi seputar film yang dibintangi oleh sang model di sampul edisi tersebut yaitu *Twilight Saga: New Moon*. Film ini merupakan film yang diangkat dari sebuah novel fantasi karya Stephenie Meyer dengan judul yang sama. Film ini merupakan film yang paling ditunggu pada tahun 2009 karena merupakan kelanjutan dari film sebelumnya yaitu *Twilight* yang sukses mencuri perhatian khalayak di tahun 2009. Dengan berbagai alasan itulah Cosmogirl merasa perlu mengupas segala hal yang berkaitan dengan film itu. Lewat rubric ini, Cosmogirl ingin pembacanya terus *up to date* dengan perkembangan dunia hiburan pada umumnya.

DADDY OH DADDY! Selalu ada cara biar ayah suka dengan pacarmu. Lewat rubrik ini Cosmogirl memberikan tips atau ajaran untuk mendekatkan hubungan ayah seorang gadis dengan pacar gadis tersebut. Sosok seorang ayah di sini seolah-olah
commit to user

ditampilkan sebagai sosok yang tidak menerima kehadiran pacar anak gadisnya. Cosmogirl ingin membuat hubungan pacaran seorang gadis remaja mendapatkan restu dari keluarga terutama sang ayah. Dengan kata lain pacaran di masa remaja adalah hal yang wajar di masyarakat.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi November 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi November adalah mempunyai pengetahuan tentang dunia laki-laki, mempunyai pacar, mengetahui informasi terbaru yang berkaitan dengan dunia hiburan, dan mengikuti tren *fashion* terbaru.

12. Korpus 12: Sampul Majalah Cosmogirl Indonesia Desember 2009



Makna Denotasi

Tanda visual : sampul majalah ini memperlihatkan *medium long shot* seorang perempuan yang dikenal sebagai penyanyi yang bernama Pixie Lott. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa (Pratista 2008: 105). Teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* (dari arah samping) yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh atau bayangan wajah (Pratista 2008: 77). Dalam sampul tersebut terlihat Pixie tampil dengan rambut panjang berwarna pirang terang yang dikepang ke depan. Ekspresi yang ditampilkan Pixie di sampul tersebut tidak menunjukkan senyuman melainkan hanya sebatas tatapan mata tajam. Terlihat Pixie duduk di sebuah ban yang disusun dua tingkat yaitu berwarna hijau dan ungu. Setting yang ditampilkan dalam sampul itu adalah sebuah tanah kosong yang ditumbuhi rumput liar. Pakaian yang dikenakan Pixie Lott adalah *oversized shirt* yang berwarna hitam dengan gambar warna-warni di bagian atas. .

Dalam edisi bulan Desember tersebut, Cosmogirl memberikan tema khusus yaitu tentang perubahan. Maka dari itu tercantum tulisan MAKE OVER ISSUE menempel di sebuah banner lingkaran warna hitam yang ada bayangan bintangnya. MAKE OVER tercetak dengan jenis huruf romein warna putih dan ISSUE tercetak dengan jenis huruf yang sama yaitu romein warna kuning.

Teks : Topik utama yaitu tertulis Save Our Lives (S.O.S), Berhenti ‘berubah’ demi pacar. Topik pendamping terdiri dari :

- 10 FINALIS COSMOGIRL OF THE YEAR ADA DI HALAMAN 122-123.
- RADAR MAKEOVER, Stop ‘berubah’ berlebihan.
- PILIHAN CG! JUSTIN BIEBER GLEE.

- DATANG YA KE CGOTY 2009! bocoran gaya ada di hal. 68-69 (Sttt, ada bocoran acaranya juga lho!)
- NEW MOON LIVE REPORT CG! KETEMU LANGSUNG SAMA ROBERT PATTINSON DI JEPANG (iri kan?)

Cover story berjudul Pixie Lott, A Music Tale.

Makna Konotasi :

Model sampul Cosmogirl edisi Desember tersebut adalah Pixie Lott yang diambil gambarnya secara *medium long shot*. Dengan jarak ini pose Pixie terlihat jelas sedang duduk di tumpukan ban warna hijau dan ungu. Sosok Pixie Lott mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Sudut pengambilan gambar sendiri yaitu *eye level* di mana kamera sejajar dengan mata orang dewasa sehingga membuat wajah Pixie menjadi pusat perhatian dari sampul majalah (Pratista, 2008 : 105). Sedangkan teknik pencahayaan yang digunakan adalah *side lighting* yang cenderung menampilkan bayangan ke arah samping tubuh karakter atau bayangan pada wajah (Pratista 2008: 77). Kemudian tanda visual terlihat pada tatapan mata dan ekspresi muka Pixie Lott yang tajam dan serius. Makna konotasi yang muncul dari ekspresi semacam itu adalah sosok manusia yang memiliki pendirian kuat.

Dalam sampul tersebut terlihat Pixie Lott tampil dengan rambut panjang berwarna pirang terang yang dikepang. Gaya rambut seperti ini menunjukkan sosok Pixie sebagai remaja yang sederhana. Wajahnya dirias tidak terlalu tebal namun terlihat *natural* memperlihatkan sosok Pixie Lott yang tidak berlebihan. Busana yang dikenakan Pixie sebuah kemeja yang *oversized*- berukuran lebih besar yang mengandung makna konotasi

tentang gaya hidup remaja yang santai dan *casual*. Warna hitam yang dikenakan Pixie menimbulkan kesan kuat. Warna hitam juga mewakili karakter remaja modern jaman ini yang kuat dan tangguh.

Pixie Lott sebagai model dalam sampul Cosmogirl edisi bulan Desember bertepatan dengan peluncuran album penyanyi asal Inggris ini. Sebelumnya, di bulan Juli Pixie mengeluarkan sebuah *single* yang berjudul *Mama Do (Uh Oh, Uh Oh)*. Video musiknya yang dirilis dalam akun *MySpace* miliknya telah diunduh oleh dua juta pengunduh melalui *You Tube*. Kiprah Pixie tak hanya di bidang tarik suara tetapi juga dalam menciptakan lagu. Gadis kelahiran 12 Januari 1991 ini menciptakan lagu bagi para pemenang kompetisi bernyanyi *X Factor's* yang dilaksanakan di Belanda dan Inggris (<http://www.imdb.com/name/nm1800495/bio>). Pixie Lott dinilai Cosmogirl sebagai idola remaja saat ini di bidang musik. Usia mudanya tidak menghalangi Pixie untuk terus mengembangkan karirnya di dunia musik.

Tampilnya Pixie Lott di sampul majalah sangat berhubungan dengan judul *cover story*-nya yaitu "Pixie Lott, Music Tale". Lewat judul tersebut Cosmogirl ingin menjelaskan bahwa Pixie Lott adalah seorang pemusik yang perjalanan karirnya seperti sebuah dongeng. Karena *single* pertama yang ia luncurkan yang berjudul *Mama Do (Uh Oh, Uh Oh)* langsung melesat duduk di nomor satu *UK Singles Chart*. Di usia yang sangat muda yaitu 19 tahun, Pixie pernah menjadi juri tamu dalam kompetisi bernyanyi *X Factor's* di Inggris. Walaupun baru mengeluarkan satu album, saat ini popularitas Pixie tak hanya di Inggris tetapi juga sudah mendunia (<http://www.imdb.com/name/nm1800495/bio>). Cosmogirl ingin pembacanya untuk sadar bahwa karir bak dongeng yang dialami Pixie juga bisa terjadi kepada siapapun.

10 FINALIS COSMOGIRL OF THE YEAR ADA DI HALAMAN 122-123.

Dalam rubrik ini Cosmogirl memberikan informasi seputar para finalis yang akan berkompetisi dalam Cosmogirl Of The Year 2009. Informasi yang dimuat yaitu identitas para peserta yang akan berkompetisi. Dengan informasi tersebut, Cosmogirl ingin pembacanya selalu mengikuti perkembangan yang terjadi dalam acara yang dilaksanakan setahun sekali itu.

MAKE OVER ISSUE yang menempel di sebuah banner lingkaran warna hitam yang ada bayangan bintangnya menunjukkan isu yang diangkat oleh majalah Cosmogirl dalam edisi Desember ini adalah soal perubahan.

Topik utama yaitu tertulis *Save Our Lives (S.O.S)*, Berhenti ‘berubah’ demi pacar. Dalam rubrik ini terlihat Cosmogirl menghimbau pembacanya untuk melakukan perubahan demi kebahagiaan dirinya sendiri bukan kebahagiaan orang lain yaitu pacar. Kalimat “*Save Our Lives*” menunjukkan bahwa sebelum terlanjur, Cosmogirl menghimbau pembacanya untuk menyelamatkan dirinya dari perubahan yang tujuannya tidak tepat. Cosmogirl ingin membangun kepercayaan diri pada setiap remaja perempuan untuk bisa menghargai segala hal yang ada di dalam dirinya, baik berupa kelebihan ataupun kekurangan.

RADAR MAKEOVER, Stop ‘berubah’ berlebihan. Masih dalam topik perubahan, di rubrik ini Cosmogirl menyajikan radar *makeover* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perubahan yang telah dilakukan oleh pembacanya. Lewat rubrik ini Cosmogirl menginginkan pembacanya untuk melakukan perubahan sesuai dengan keperluan dan tidak kebablasan. Dengan kata *stop*, Cosmogirl tidak ingin pembacanya

mampu mengetahui kapan saatnya untuk berhenti melakukan perubahan. Cosmogirl menilai bahwa perubahan itu baik adanya selama tidak berlebihan.

PILIHAN CG! JUSTIN BIEBER GLEE. Dalam rubrik ini Cosmogirl menyajikan dua hal yang sedang *booming* di dunia hiburan pada saat itu. Yang pertama adalah seorang penyanyi berusia 15 tahun yang ditemukan oleh seorang produser musik di sebuah video yang ada di *You Tube*. Di akhir tahun 2009, Justin meluncurkan album perdanya *My World* yang berhasil meraih platinum di Amerika Serikat (<http://www.imdb.com/name/nm3595501/bio?mode=desktop>). Sedangkan *Glee* adalah judul sebuah drama televisi

DATANG YA KE CGOTY 2009! bocoran gaya ada di hal. 68-69 (Sttt, ada bocoran acaranya juga lho!). Rubrik ini menginformasikan tentang persiapan acara Cosmogirl Of The Year 2009. Informasi ini meliputi gaya pakaian serta agenda acara yang akan berlangsung. Lewat rubrik ini pembaca dapat mengetahui siapa saja kontestan, pengisi acara, serta tamu-tamu yang akan hadir dalam kompetisi tahunan tersebut. Dengan adanya informasi ini, Cosmogirl ingin agar pembacanya datang pada perhelatan setahun sekali itu.

NEW MOON LIVE REPORT CG! KETEMU LANGSUNG SAMA ROBERT PATTINSON DI JEPANG (iri kan?). Rubrik ini mengetengahkan perjumpaan reporter Cosmogirl dengan selebriti yang sedang menjadi idola remaja saat itu yaitu Robert Pattinson si pemeran Edward Cullen dalam film *Twilight Saga: New Moon*. Kalimat “iri kan?” menunjukkan bahwa pertemuan reporter Cosmogirl dengan aktor tampan tersebut jelas mengundang rasa iri dari pembacanya. Ini karena Robert adalah sosok yang sangat diidolakan oleh kebanyakan remaja perempuan pembaca Cosmogirl.

Dari analisis berdasarkan tanda visual dan tanda verbal yang terkandung dalam sampul majalah Cosmogirl edisi Desember 2009 ini dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup yang dicitrakan Cosmogirl lewat sampul majalah edisi Desember adalah melakukan perubahan bukan karena orang lain, mengetahui informasi terbaru yang berkaitan dengan dunia hiburan, berani mencoba terjun di dunia hiburan, menghadiri acara yang diadakan oleh Cosmogirl.

C. Analisis Mitos

Pemaknaan sampul majalah Cosmogirl 2009 ini tidak berhenti pada makna konotasi melainkan akan diungkap beberapa mitos yang terdapat pada sampul-sampul sepanjang tahun tersebut. Mitos adalah cara penandaan sebuah bentuk (*signification*). Mitos ini adalah sistem semiologis tingkat kedua yang terbentuk dari serangkaian rantai semiologis sebelumnya. Tanda (yakni gabungan total antara konsep dan citra) pada sistem pertama, menjadi penanda pada sistem kedua, dimana materi-materi (bahasa, fotografi, lukisan, poster, ritual, objek-objek, dan yang lainnya) – meskipun pada awalnya berbeda – direduksi menjadi fungsi pendandaan murni begitu mereka ditangkap oleh mitos (Barthes, 2006 : 161). Lewat mitos-mitos itu akan lahir berbagai stereotipe tentang sesuatu hal atau masalah (Sunardi, 2002: 86).

Berikut akan diuraikan mitos yang melekat pada lambang-lambang komunikasi yang terdapat dalam sampul majalah Cosmogirl Indonesia dalam menginformasikan gaya hidup remaja perempuan :

- *Go international*

Dalam setiap edisinya, Cosmogirl selalu mengkombinasikan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk menuliskan judul-judul tulisan yang dimuat pada sampul. Faktanya, bahasa Inggris adalah bahasa yang paling banyak digunakan di dunia ini. Bahasa Inggris juga merupakan bahasa utama dalam beriklan. Dan saat ini remaja perempuan sudah sangat dekat dengan penggunaan bahasa Inggris secara lisan maupun tulisan. Dalam konteks masyarakat di Indonesia sendiri, kaum remaja (menengah ke atas kota) sering disebut Generasi MTV. Dan salah satu ciri-ciri dari generasi tersebut adalah *go international*, yang ditandai dengan kemampuan fasih berbahasa Inggris (Jurnal Perempuan No. 37, 2004: 39). Pemakaian bahasa Inggris merupakan produk kebudayaan Barat oleh karena itu ia mewakili mitos modern dalam gaya hidup remaja. Dengan pemakaian bahasa Inggris tersebut, remaja seolah-olah telah *go international* yaitu mengikuti gaya hidup yang ada di dunia.

- Tokoh idola

Dalam Cosmogirl sendiri, pembacanya membutuhkan personifikasi nilai. Tak ada personifikasi yang lebih menghipnotis daripada bintang atau idola. Lewat gambar idola yang ada di sampul depan, pembaca (remaja perempuan) tak hanya melihat "*this has been*" melainkan juga "*he/she has been*" (Sunardi, 2002: 179). Cosmogirl pun kemudian memilih menggunakan figur remaja yang bekerja di dunia hiburan, seperti pemain film, pemusik, ataupun penyanyi untuk memenuhi selera pembacanya.

Secara umum pengertian dari idola sendiri adalah sosok yang dikagumi, yang dalam skala tertentu bisa menjadi inspirasi seseorang untuk menjadi sama dengan sosok yang diidolakan. Remaja sendiri merupakan kelompok yang memiliki karakter spesial.

Cara mereka dandan, bersikap, berkomunikasi, bahkan gaya hidup, remaja seperti tak jauh dari tipikal idola yang memenuhi obsesi mereka (<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/pendidikan/menulisdetail/14>). Itulah kemudian mengapa Cosmogirl memilih sosok yang ada di dunia hiburan untuk tampil sebagai bintang di setiap sampulnya. Mereka yang bergelut di dunia *showbiz* adalah figur yang mempunyai gaya hidup tertentu yang bisa memenuhi obsesi pembaca. Gaya hidup yang dimaksud adalah dari cara berpakaian, cara berkomunikasi, cara mengembangkan potensi sampai kepada cara menjadi terkenal. Mitos perilaku meniru idola inilah menjadi bagian dari gaya hidup remaja.

- Bebas

Secara umum dapat dikatakan bahwa pilihan gambar dalam sampul majalah Cosmogirl di tiap edisinya telah menghasilkan tanda-tanda tertentu. Tanda yang dimaksud dapat dilihat dari penampilan fisik sang model yang meliputi gaya rambut yang bervariasi, *make up* baik *natural* maupun tebal, cara berpakaian terbuka ataupun tertutup, dan ekspresi wajah baik tersenyum ataupun hanya sebatas tatapan mata yang tajam.

Pilihan gambar yang dimuat di setiap edisi Cosmogirl seolah-olah membebaskan perempuan dari label-label tradisional seperti pasif, terkungkung dalam dunia domestik, tidak mandiri, termarginal, dan tersubordinasi. Setiap model digambarkan sebagai remaja yang bebas. Misalnya pilihan busana yang memperlihatkan lekuk tubuh seolah menunjukkan pembebasan dari tanda-tanda tradisional seperti moral, etika, dan adat (Jurnal Perempuan No. 28, 2003: 73). Cosmogirl menghadirkan wacana remaja perempuan yang bebas dalam hal penampilan melalui setiap gambar yang ada di sampul

majalah ini. Pilihan gambar tersebut mewakili mitos gaya hidup bebas remaja perempuan.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis semiotik terhadap dua belas sampul majalah Cosmogirl Indonesia yang terbit di tahun 2009 dapat ditarik makna yang terkandung dalam sampul-sampul tersebut berkenang gaya hidup remaja perempuan sebagai berikut :

Cosmogirl Indonesia selalu mendorong pembacanya untuk menjadi pemimpin di segala aspek kehidupan mereka. Beberapa judul artikel dalam korpus 1, 2, 3, 6, dan 8 menunjukkan kebiasaan untuk berani berpendapat dan tampil berbekal potensi yang ada pada diri remaja perempuan adalah sebuah cara untuk menjalani kehidupan. Aktif di dalam keluarga, kelas, sekolah, sampai organisasi adalah bentuk nyata dari gaya hidup remaja perempuan.

Di samping itu, percaya dan nyaman dengan keadaan diri sendiri adalah modal utama yang harus dimiliki remaja perempuan untuk menjalani kehidupan. Seperti yang terlihat pada judul tulisan dalam korpus 2, 5, 8, 10, dan 12 terlihat Cosmogirl Indonesia menekankan bahwa rasa percaya dan nyaman terhadap diri sendiri dapat menjadi faktor pendorong bagi remaja perempuan untuk terus mengembangkan diri. Perubahan pun menjadi sebuah hal yang wajar di masa remaja, namun Cosmogirl Indonesia mengingatkan pembacanya bahwa segala perubahan baik adanya asalkan demi kepuasan diri bukan orang lain.

Soal hal-hal yang sangat pribadi, Cosmogirl Indonesia mengajak pembacanya untuk selalu jujur dan *open minded*- berpikiran terbuka. Ketika remaja perempuan mempunyai persoalan pribadi yang menyangkut urusan pacar ataupun keluarga, Cosmogirl Indonesia mendorong para remaja perempuan untuk mengungkapkan perasaannya. Lalu mencari solusi yang tepat dan menerima kehadiran ataupun pendapat orang lain. Hal ini terlihat dalam beberapa judul tulisan pada korpus 3, 6, 7, 8, 9, dan 11.

Sedangkan soal pendidikan, Cosmogirl Indonesia selalu menekankan kepada pembacanya bahwa pendidikan adalah hal yang penting. Ini terlihat di beberapa judul artikel pada korpus 1, 2, dan 4. Pembaca Cosmogirl Indonesia yang kebanyakan masih duduk di bangku sekolah harus mengutamakan pendidikan dalam hal ini sekolah. Cosmogirl menegaskan bahwa salah satu gaya hidup wanita modern adalah mengenyam pendidikan yang tinggi.

Dalam mengisi masa remaja, berbagai aktivitas pun ditawarkan kepada perempuan. Bergabung dalam sebuah kelompok hobi, bermain musik, mengikuti kegiatan sosial, ataupun terjun dalam kegiatan budaya merupakan gaya hidup remaja perempuan menurut Cosmogirl Indonesia. Ini seperti yang terlihat dalam artikel judul-judul tulisan pada korpus 2 dan 4. Selain itu, kegiatan liburan di suatu objek tertentu dan kegiatan pesta seperti terlihat pada judul artikel di korpus 5, 7, dan 12. Selain itu kegiatan belanja seperti yang terlihat dalam judul artikel di korpus 1, 2, dan 9 sarat dengan bersenang-senang yang lekat dengan gaya hidup remaja perempuan.

Remaja perempuan harus selalu mengutamakan penampilan luar. Penampilan luar ini erat kaitannya dengan *fashion* yang mencakup banyak hal seperti pakaian, gaya rambut, dan aksesoris tubuh lain. Gaya hidup remaja perempuan yang ditekankan oleh

Cosmogirl Indonesia dalam sampul-sampulnya adalah mengikuti tren *fashion* terbaru dan berani tampil dengan busana terbuka. Bahkan remaja perempuan harus mampu menjadi *trend-setter* (pembawa tren). Ini dapat dilihat dari tampilan visual model dalam setiap sampul majalah serta beberapa judul artikel pada korpus 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 dan 9.

Selain tentang *fashion*, aspek lain yang menjadi bagian dari gaya hidup remaja perempuan yang ditampilkan Cosmogirl Indonesia dalam sampulnya adalah tentang dunia hiburan internasional. Semua model sampul majalah Cosmogirl Indonesia yang beredar sepanjang tahun 2009 adalah mereka para pesohor yang bekerja di dunia musik dan film. Informasi seputar selebriti ataupun perkembangan dunia hiburan baik film maupun musik juga sudah menjadi kebutuhan remaja perempuan supaya tetap *up to date*. Ini terlihat dalam beberapa judul artikel pada korpus 8, 10, dan 12. Di dalam sampulnya Cosmogirl Indonesia tak hanya menyediakan informasi dunia hiburan melainkan ajakan untuk terjun di dunia hiburan seperti artikel yang ada di korpus 8 dan 9.

Kemudian satu hal yang selalu menjadi faktor pendukung dalam gaya hidup adalah keberadaan teknologi. Teknologi yang dimaksud dalam hal ini yaitu penggunaan internet. Cosmogirl Indonesia menampilkan gaya hidup remaja yang mempunyai akses luas terhadap pemanfaatan internet. Hal ini tampak dari beberapa artikel pada korpus 3, 5, 7, dan 9. Lebih spesifik, pola pemanfaatan teknologi ini erat hubungannya dengan berbagai fasilitas internet seperti jejaring sosial, belanja secara *online*, *game*, ilmu pengetahuan, dan sebagainya yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup remaja perempuan.

Sedangkan beberapa mitos yang melekat pada lambang-lambang komunikasi yang terdapat dalam sampul majalah Cosmogirl Indonesia dalam menginformasikan gaya

hidup remaja perempuan antara lain mitos modern dengan pemakaian bahasa inggris dalam sebagian besar judul tulisan, mitos perilaku meniru idola dalam hal berpakaian, berkomunikasi, dan mengembangkan potensi serta menjadi terkenal, serta mitos gaya hidup bebas remaja perempuan

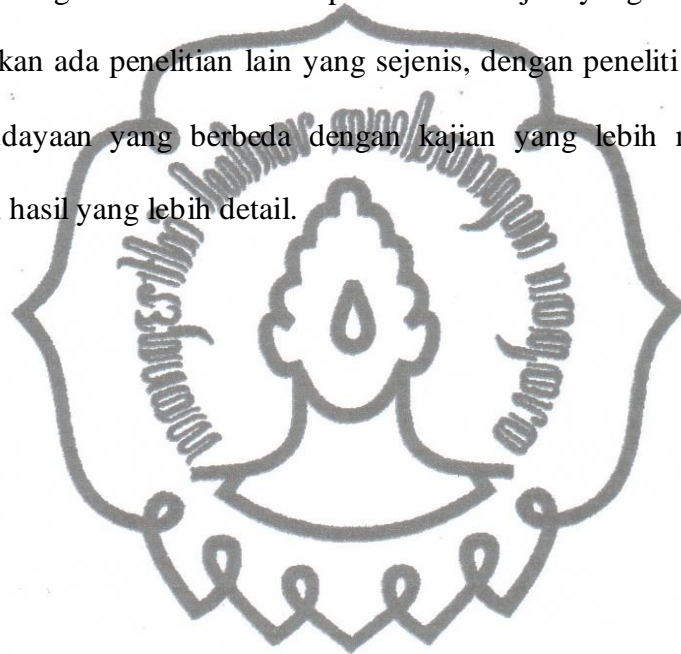
Sebagai sebuah majalah waralaba, secara tampilan dan apa yang disajikan majalah Cosmogirl Indonesia lebih banyak muatan luar negeri walaupun pembacanya adalah remaja perempuan Indonesia. Majalah yang merupakan bagian dari grup Mugi Rekso Abadi (MRA) jelas tampil sebagai majalah yang bersegmen utama gaya hidup remaja perempuan. Pemaparan soal gaya hidup itu dilakukan lewat tampilan visual serta teks verbal yang terdapat pada sampul majalah. Gaya hidup yang merupakan kombinasi dan totalitas dari cara, tata, kebiasaan, pilihan serta keseluruhan objek yang mendukungnya yang pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai dan sistem kepercayaan tertentu diinformasikan Cosmogirl Indonesia melalui berbagai rubrik rutin yang dimuat seperti *entertainment* (hiburan), *fashion* (busana), *relationship* (jalinan hubungan), *self improvement* (pengembangan diri), *beauty* (kecantikan), *culture* (budaya), dan *humanity* (kemanusiaan).

B. SARAN

Sebagai akhir dari penelitian ini, peneliti menyampaikan saran:

1. Media waralaba yang beredar di Indonesia, hendaknya menampilkan muatan yang seimbang antara muatan luar negeri dan dalam negeri. Hal ini perlu diperhatikan karena konsumen yang membaca majalah tersebut adalah para remaja perempuan Indonesia.

2. Majalah Cosmogirl Indonesia sebagai majalah yang mempunyai segmentasi remaja perempuan hendaknya menampilkan model sampul majalah yang usianya masih remaja bukan wanita dewasa. Dari dua belas sampul majalah Cosmogirl Indonesia yang beredar di tahun 2009, empat sampul menampilkan model wanita dewasa.
3. Penelitian mengenai media ini merupakan suatu kajian yang bersifat terbuka, penulis berharap akan ada penelitian lain yang sejenis, dengan peneliti yang memiliki kultur serta kebudayaan yang berbeda dengan kajian yang lebih mendalam, sehingga didapatkan hasil yang lebih detail.



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Ardianto, Elvinaro, & Lukiati Komala Erdiyana. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Baehr, Helen & Ann Gray. 1996. *Turning It On A Reader in Women & Media*. New York: St. Martin Press Inc.
- Barthes, Roland. 2006. *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Berger, Asa Arthur. 2005. *Tanda – Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer: Suatu Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cutlip, Scott M. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Desmita. 2006. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Hollows, Joanne. 2007. *Feminisme, Feminitas, & Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Junaedhi, Kurniawan. 1995. *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jurnal Perempuan. 2004. *Remaja Melek Media*. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan.
- Jurnal Perempuan. 2003. *Perempuan dan Media*. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafika.
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Yayasan Indonesia Tera.
- Monks, F.J, A.M.P Noers, & Siti Rahayu Haditono. 2004. *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.