



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar belakang

Satu tantangan yang muncul dalam usia remaja ialah munculnya keinginan untuk hidup mandiri. Ketika anak mulai memasuki usia remaja, tidak jarang orang tua mulai membebaskan anak mereka untuk melakukan segala sesuatu. Saat memasuki usia 20-30 tahun, mereka akan mulai mencari pekerjaan dan bahkan keluar dari rumah. Dalam masa-masa ini, mereka akan mulai bertemu dengan beragam hal yang belum tentu semuanya itu memiliki dampak yang baik (Strasburger, 2009:15).

Tahun 2006, *Centers for Disease Control dan Prevention* di Amerika melakukan sebuah survey yang hasilnya menunjukkan bahwa 47% dari remaja berusia 12 tahun sampai 15 tahun sudah pernah melakukan hubungan seksual (Strasburger, 2009:16). Penelitian lain yang dilakukan oleh J.D. Brown juga menunjukkan bahwa remaja yang menuju ke kedewasaan memiliki keingintahuan yang besar untuk melihat hal-hal terkait seks melalui film, televisi, dan majalah (Strasburger, 2009:17).

Seks, seksual dan seksualitas memang merupakan hal yang selalu menarik di kalangan remaja. Victor C. Strasburger (2009:17) menyatakan bahwa perkembangan fisik maupun hormon di masa pubertas selalu berkaitan dengan peningkatan ketertarikan tentang seksualitas. Ada masa dimana kebanyakan remaja akan memiliki keingintahuan yang sangat tinggi dan akan mencari tentang

segala hal yang berkaitan dengan seksualitas seperti batasan seksual, perilaku seksual, dan bahkan praktik seksual dari media yang tersedia. Menurut Walsh-Childers yang dikutip oleh Strasburger, inilah yang menjadi celah bagi majalah remaja untuk mengambil peran memenuhi keingintahuan tersebut melalui mediana. Bukan sebuah ketidaksengajaan bahwa majalah remaja memiliki peran yang sangat besar dalam pengajaran tentang seksualitas.

Dalam sebuah pengamatan oleh *Kaiser Family Foundation*, ditemukan fakta bahwa banyak remaja, khususnya perempuan, menjadikan majalah sebagai sumber yang penting untuk mengetahui segala sesuatu terkait seks. Bahkan di tahun 2004, ketika British magazine melakukan analisa konten terhadap majalah remaja perempuan, mereka menemukan bahwa majalah remaja perempuan lebih cenderung berfokus pada masalah romansa, emosional, dan tanggung jawab perempuan dalam memiliki keturunan (Strasburger, 2009:237). Akibatnya, banyak perusahaan media yang menjadikan remaja sebagai target pasar mereka karena remaja merupakan kelompok konsumen yang paling menguntungkan. Graeme Burton (2008:14) mengatakan dalam bukunya bahwa dalam masyarakat, orang muda merupakan konsumen media serta pengguna artefak media dan kebudayaan.

Burton juga mengatakan, bahwa media mengenal konsep produksi kebudayaan. Konsep ini menggambarkan bahwa dalam era dimana media sebagai produk massa, budaya dimanufaktur melalui representasi (Burton, 2008:35). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa media menciptakan budaya. Media dan

budaya merupakan dua hal yang selalu berkaitan dan mereka akan saling mempengaruhi satu sama lain (Liliweri, 2002:12).

Menurut Hall (dalam Burton 2008:97), tulisan dalam media akan dipengaruhi oleh budaya yang dianut. Dalam media, menurut Burton ada yang disebut dengan produksi berita. Hal ini adalah proses kolaboratif di mana tim dipersatukan oleh otoritas editor, oleh suatu pemahaman terhadap peran-peran dalam tim (Burton, 2008:107). Tim ini menggunakan bahasa yang verbal dan juga visual dalam menciptakan makna tentang sesuatu sesuai dengan ideologi yang dimilikinya. Perbedaan ideologi media dan pembaca lah yang akan menunjukkan bagaimana satu budaya menilai sesuatu dan bagaimana budaya tersebut membingkai maknanya sehingga masuk akal di mata dunia (Burton, 2002:221).

Artikel pada majalah kebanyakan mengirim pembaca ke suatu pendapat. Pengelola majalah menyebutnya sebagai "ekspose", meskipun sebagian jurnalisnya sendiri tidak sependapat, karena artikel itu tidak sekadar mengekspos atau memaparkan sesuatu (Rivers, 2008:241).

Perihal pria dan wanita pun tidak luput dalam proses ekspose tersebut. Banyak majalah yang melakukan penggambaran terhadap wanita dan pria dalam media dimana wanita sering ditampilkan sebagai alat jual dan objek jual dalam majalah khusus pria. Sebagai "alat jual" wanita ditampilkan dalam iklan dan promosi pemasaran, sedangkan sebagai "objek jual" wanita tampil sebagai objek seksual, materi pornografi, dan korban kriminal. Dalam keduanya, peran wanita tiada lain adalah "lambang seksual". Jadi singkatnya, media massa lebih cenderung memperlakukannya daripada menyatakan solidaritas pada wanita, karena

media massa hidup di dalam budaya pria yang paternalistik (Ibrahim dan Suranto, 1998:94)

Selama ini, wanita telah banyak menjadi objek dalam majalah khusus pria. Namun belakangan, mulai banyak majalah wanita yang menjadikan pria sebagai objek menggunakan bahasa dan penggambaran yang sama dengan majalah pria (Gauntlett, 2008:188). Majalah wanita berasumsi bahwa ini tidak dapat ditentang kaum pria karena majalah pria telah melakukan hal yang sama selama beberapa waktu. Hanya saja, pembahasan soal pria dalam majalah wanita tidak melulu tentang tontonan tubuh dan seks.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti melihat bahwa ada pergeseran dimana saat ini, tidak hanya wanita menjadi objek dalam majalah pria tetapi pria mulai dijadikan objek dalam majalah wanita. Wanita pun mulai menjadi subjek yang menikmati pria sebagai objeknya. Maka dari itu, hal ini menarik untuk diteliti.

Dalam penelitian ini, penulis ingin berfokus pada artikel-artikel terkait seksualitas dalam majalah Cita Cinta. Majalah Cita Cinta merupakan majalah dwimingguan yang ditargetkan untuk wanita usia 20-30 tahun dimana usia ini merupakan usia dimana wanita berada dalam tahap pencarian jati diri. Menurut *company profile* Cita Cinta, inilah yang menjadi tujuan utama Cita Cinta yaitu untuk membantu para wanita usia tersebut agar dapat berkembang menjadi pribadi yang cerdas, berwawasan luas, dan mandiri serta modern tanpa melupakan tradisi.

Cita Cinta adalah salah satu media yang berada di bawah naungan Femina Group. Femina Group sendiri merupakan kelompok yang menerbitkan majalah wanita pertama di Indonesia yang berawal dari keinginan untuk

menginspirasi wanita Indonesia agar menjadi lebih cerdas dan maju. Ini menandakan bahwa Femina Group memiliki keinginan untuk mendidik wanita Indonesia melalui media-media yang dimilikinya. Oleh karena itu, diterbitkanlah Cita Cinta untuk secara khusus memenuhi kebutuhan informasi wanita muda berusia 20-30 tahun.

Majalah Cita Cinta berisi informasi-informasi terkait isu terkini, gaya hidup, karir, kesehatan, hiburan, serta pendidikan tentang hubungan asmara dan seksualitas. Khusus untuk informasi tentang asmara dan seksualitas, Cita Cinta memiliki rubrik tersendiri yang dinamakan rubrik *Sex & Relationship*. Rubrik ini merupakan rubrik tetap yang memiliki *space* rata-rata 15 halaman di setiap edisi dengan 5-6 halamannya khusus membahas tentang seksualitas dengan pria sebagai objeknya di beberapa edisi.

Berangkat dari hal tersebut, penulis ingin melihat bagaimana majalah Cita Cinta mengkonstruksikan citra pria kepada para pembacanya. Dari situ, kita dapat melihat apakah ada suatu maksud tertentu yang dimiliki oleh pihak media yang bersangkutan dan apa sebenarnya yang ingin disampaikan kepada para pembacanya.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Penelitian ini berupaya untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana redaksi Majalah Cita Cinta mengkonstruksikan citra pria dalam rubrik *Sex & Relationship*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan konstruksi tentang citra pria yang dibuat oleh Majalah Cita Cinta dalam rubrik *Sex & Relationsip*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- 1) Melalui penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan citra pria yang dikonstruksi media remaja sehingga bagi ilmu komunikasi sendiri dapat memberikan kontribusi untuk kajian lebih lanjut di bidang media massa atau jurnalisme yang membahas soal seksualitas.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada media untuk memahami bagaimana seharusnya majalah remaja mengkonstruksikan citra pria dalam media massa dengan target khusus wanita.
- 2) Hasil penelitian ini juga diharap bisa menjadi rujukan bagi mahasiswa ilmu sosial dan komunikasi, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun perguruan tinggi lain yang tertarik untuk mengkaji tentang konstruksi citra dalam media massa menggunakan metode analisis isi kualitatif dalam paradigma konstruktivis (*framing*).

### **1.5 Batasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi hanya pada artikel non ilmiah dalam rubrik Sex & Relationship di Cita Cinta no. 16/XIV, 17/XIV, 18/XIV, dan 19/XIV.

