



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, persoalan gaya hidup menjadi sesuatu yang amat diperhatikan oleh masyarakat. Bahkan, telah menjadi sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari penampilan keseharian. Umumnya, identitas diri seseorang bisa dilihat dari baju dan aksesoris apa yang ia kenakan. Tak jarang, gaya mereka dipadupadankan dengan gadget yang sedang berkembang, sebagai ciri khas penggunanya. Atau biasa yang disebut dengan *fashion*.

“*Fashion* menunjuk pada seluruh cara penggunaan barang, jasa, dan hiburan, dimana ekspektasi sosial yang menentukan pilihan-pilihan individual berubah dan diharapkan untuk berubah,”(Chaney, 1996: 214)

Gaya Hidup dapat dipandang sebagai ‘KTP’ (identitas) bagi keanggotaan suatu strata sosial. Untuk dapat menangkap gaya hidup ini dapat dilihat dari barang-barang yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari yang biasanya bersifat modis. Cara berperilaku (etiket) sampai bahasa yang digunakan tidak semata hanya ditujukan untuk berkomunikasi, tapi juga sebagai simbol identitas (Ibrahim, 1996: 207)

Melalui berbagai identitas yang melekat tersebut, seorang individu dapat menemukan eksistensi dirinya dalam sebuah masyarakat dan budaya tempat dia hidup. Identitas yang secara budaya memegang peranan penting dalam

membangun eksistensi individu yang hidup dalam komunitas tertentu. Hal tersebut sesuai dengan sifat dasar manusia yang selalu dinamis yang terus melakukan pencarian jati diri melalui identitas.

Dewasa ini, salah satu hal yang mampu melakukan pergeseran atau perubahan nilai-nilai budaya di masyarakat adalah melalui media massa. Peran media massa pada prinsipnya memiliki kontribusi besar terhadap pergeseran tersebut. sebagai contoh misalnya, wanita yang dulu dianggap hanya berurusan dengan dapur dan rumah tangga, kini lewat peran media, telah menjadi sosok yang setara dengan pria. Hal tersebut dapat terjadi karena media massa terus-menerus mengkomunikasikan kesetaraan tersebut sebagai bagian dari kebudayaan Indonesia.

Sebagaimana dengan apa yang dikemukakan oleh Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory : Foundation, Ferment and Future*, bahwa penciptaan dan pemeliharaan budaya-budaya umum sedikit banyak terjadi melalui proses komunikasi, termasuk salah satunya komunikasi massa. dalam bukunya tidak lain karena budaya tidak bisa lepas dari komunikasi yang merupakan fondasi dari terbentuknya suatu kebudayaan. (Baran, 2011: 8)

Perubahan atas pergeseran gaya hidup di masyarakat yang relatif cenderung terjadi ada pada diri remaja. Hal tersebut karena sifat remaja yang rentan akan pengaruh dunia luar. Mengacu pada pernyataan Stanly Hall, yang berpendapat bahwa, masa remaja merupakan masa penuh gejolak emosi dan ketidakseimbangan yang tercakup dalam '*strom and stress*'. Hal senada juga

diungkapkan Singgih, bahwa remaja memang mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. (Singgih, 2008: 205).

Pada masa remaja, mereka menganggap 'bekal' pegangan hidup yang diperoleh dari orangtua sering dianggap sudah kadaluarsa. Dengan begitu, ada ruang kosong dalam diri remaja yang membuat mereka terombang-ambing sehingga tidak tahu harus menempatkan diri mereka dimana. Menurut E.H. Erikson, remaja pada masa itu harus menemukan identitas diri. Mereka harus menemukan gaya hidup sendiri, yang bisa dikenal dan ajek walaupun banyak mengalami perubahan.

Salah satu media di Jakarta yang isinya banyak membahas tentang berbagai persoalan dan gaya hidup remaja adalah Majalah *Hai*. Majalah yang telah berdiri sejak 5 Januari 1977 ini bahkan memiliki rubrik khusus yang membahas segala persoalan remaja putri dalam rubriknya, yakni *Cewek Hai*. Sementara uniknya, mayoritas pembaca majalah ini adalah remaja putra. Dengan demikian, tidak tertutup kemungkinan akan muncul berbagai pemaknaan tentang remaja putri oleh remaja putra, khususnya yang terkait dengan persoalan gaya hidup.

Para remaja putra yang menjadi target audien dari majalah *Hai* ini tentunya memiliki penilaian tersendiri mengenai apa yang digambarkan oleh Majalah *Hai*. Hal tersebut karena khalayak juga memiliki pandangan subyektif tersendiri terhadap suatu peristiwa dan khalayak juga bersifat aktif dalam menerima pemberitaan media. Khalayak memiliki interpretasi berbeda-beda mengenai isi media massa. Hal tersebut bergantung pada budaya dan nilai yang mereka anut.

Secara konseptual khalayak mengkonsumsi media dalam berbagai cara dan kebutuhan. Sehingga, khalayak tidak hanya berperan sebagai konsumen, melainkan produsen makna itu sendiri.

Hal ini mengacu pada interpretasi yang ditekankan pada pengalaman pribadi mereka dalam memahami suatu fenomena. Jadi, meskipun media memiliki peranan dalam mempengaruhi opini publik namun khalayak juga lah yang memposisikan diri mereka dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak serta berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks tersebut. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Hall, bahwa makna terbentuk dari situs, proses, dan praktek budaya yang beragam, makna memberikan identitas mengenai diri kita, dan dalam kelompok mana kita tergabung (Hall, 1997:3)

Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak terutama remaja putra dalam memaknai gaya hidup remaja putri, dan faktor apa saja yang mendasarinya.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah berdasarkan uraian di atas adalah:

1. Bagaimana remaja putra memaknai gaya hidup remaja putri di rubrik *Cewek Hai?*
2. Bagaimana posisi pemaknaan para remaja putra tersebut dalam memaknai gaya hidup remaja putri di rubrik *Cewek Hai?*

3. Karakteristik apa yang membedakan posisi pemaknaan tersebut pada remaja putra dalam memaknai gaya hidup remaja putri di rubrik *Cewek Hai*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pemaknaan khalayak remaja putra terhadap gaya hidup remaja putri di rubrik *Cewek Hai*.

2. Mengetahui posisi pemaknaan para remaja putra tersebut dalam memaknai gaya hidup remaja putri di rubrik *Cewek Hai*.

3. Mengetahui karakteristik apa yang membedakan posisi pemaknaan khalayak dalam memaknai gaya hidup remaja putri di rubrik *Cewek Hai*.

1.4 Signifikansi Penelitian

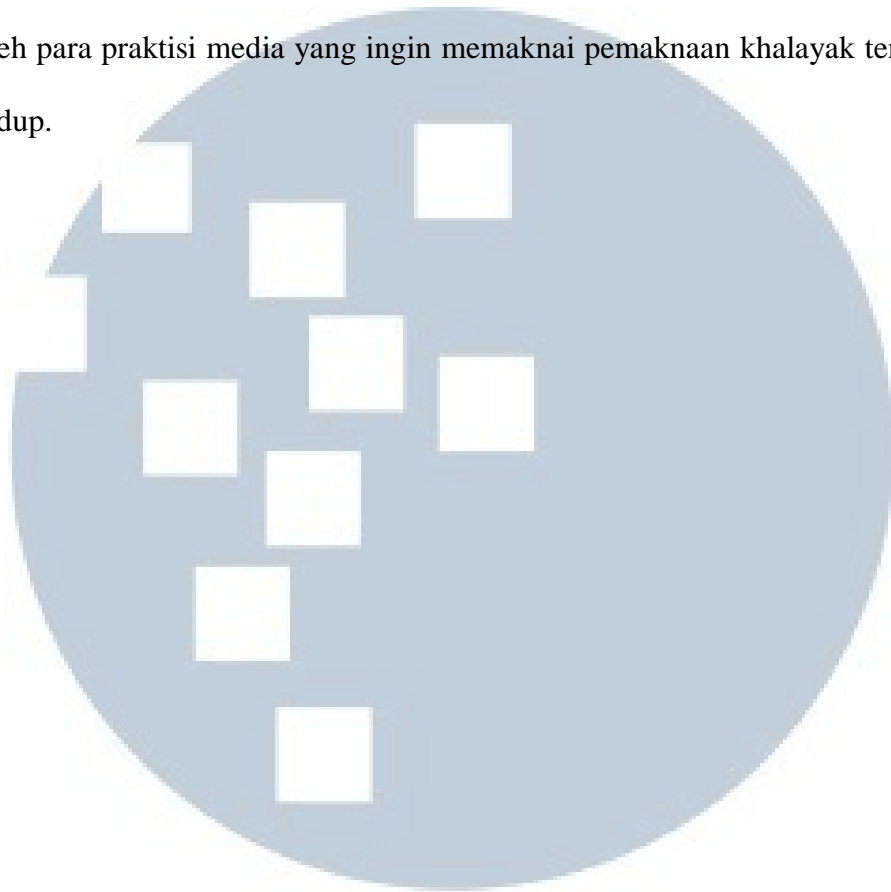
1. Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang cultural studies khususnya yang terkait dengan penerapan teori recepsi yang berhubungan dengan gaya hidup remaja di media massa.

2. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pengelola majalah *Hai* dalam memaknai bagaimana pemaknaan khalayak khususnya remaja putra yang terkait dengan persoalan gaya hidup remaja putri. Selain itu, juga bisa digunakan

oleh para praktisi media yang ingin memaknai pemaknaan khalayak tentang gaya hidup.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA