

## REPRESENTASI MAKNA FEMINISME PADA SAMPUL MAJALAH *VOGUE* VERSI ARABIA EDISI JUNI 2018 (Analisis Semiotika dengan Perspektif Roland Barthes)

Michael Jibrael Rorong<sup>1)\*</sup>, Diana Suci<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam

<sup>2)</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bung Karno.

### ABSTRACT

*The representation of the meaning of feminism on the cover of the June 2018 edition of Vogue magazine is the theme of this study. The problem to be investigated is how the representation of the meaning of feminism and how the moral message contained in the cover of the Arabic version of Vogue magazine in the June 2018 edition. The author uses a qualitative method with Roland Barthes's semiotic analysis approach. The results of this study conclude that first, the representation of the meaning of feminism in the photos on the cover of the magazine using Roland Barthes's semiotics shows that the Saudi Arabian Royal family as shown by Princess Hayfa as her model, looks insensitive to the situation and conditions that actually occur in society in Arabia. The myth to be conveyed in the photo is that as an Arab who is not conservative and as a modern woman, Princess Hayfa is too unconcerned about her own religion and culture which is a long-held teaching by her ancestors in Saudi Arabia, even though she is a role model from the Royal family to its people in the country of Saudi Arabia. The second conclusion is the moral lessons that can be drawn from the phenomena found on the cover of the Arabic version of the Vogue magazine in the June 2018 edition, it is very important to preserve the noble values believed by the previous ancestors, bearing in mind that the cultural values were born from good Islamic teachings. and true based on the arguments in the Holy Qur'an and its hadiths. However the development of the times from time to time, as Muslims we are obliged to stick to the teachings of Islam that we believe from birth.*

**Keywords:** Magazine, Feminism, Semiotics, Roland Barthes Theory.

### ABSTRAK

Representasi makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi arabia edisi Juni 2018 merupakan tema dalam penelitian ini. Masalah yang ingin diteliti adalah bagaimana representasi makna feminisme dan bagaimana pesan moral yang terkandung pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pertama, representasi makna feminisme pada foto pada sampul majalah dengan menggunakan semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa pihak keluarga Kerajaan Arab Saudi sebagaimana ditampilkannya Putri Hayfa sebagai modelnya, terlihat tidak peka terhadap situasi dan kondisi yang ada sebenarnya yang terjadi pada masyarakat di Arab. Mitos yang hendak disampaikan pada foto itu adalah bahwa sebagai orang Arab yang tidak konservatif dan sebagai seorang wanita modern, Putri Hayfa terlalu kurang peduli terhadap agama dan kebudayaannya sendiri yang merupakan ajaran yang dianut sudah lama oleh para leluhurnya di Arab Saudi, padahal ia merupakan role model dari keluarga Kerajaan untuk masyarakatnya di negara Arab Saudi. Kesimpulan yang kedua yaitu pelajaran moral yang dapat dipetik dari fenomena yang ditemukan pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 ini adalah sangat penting untuk menjaga nilai-nilai luhur yang diyakini oleh para leluhur terdahulu, mengingat nilai kebudayaan tersebut lahir dari ajaran Agama Islam yang baik dan benar berdasarkan dalil-dalil yang ada di kitab suci Al-Quran beserta hadist-hadistnya. Bagaimanapun perkembangan zaman dari masa ke masa, sebagai umat muslim kita berkewajiban tetap berpegang teguh pada ajaran Agama Islam yang kita yakini sejak lahir.

**Kata Kunci :** Majalah, Feminisme, Semiotika, Teori Roland Barthes.

---

\* Korespondensi Penulis

Email: michaeljibrael@gmail.com

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki media massa yang sangat beragam, media cetak, media elektronik, dan media internet yang sangat berkembang pesat. Kehadiran media massa sangat erat kaitannya dengan penyebaran budaya, karena melalui media massa orang-orang kreatif punya tempat yang tepat. Media massa dapat memperkaya masyarakat dengan menyebarkan karya kreatif dari manusia seperti karya sastra, musik, dan film.

Ardianto (2007), menjelaskan perkembangan industri media cetak di Indonesia cukup berkembang, meskipun *competitor* media cetak semakin banyak, seperti media online yang semakin berkembang pesat, namun minat para pembaca untuk memilih media cetak seperti koran, bulletin, tabloid dan majalah sebagai cara untuk memperoleh informasi tidak pernah surut, bahkan kini dapat kita lihat banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bergelut di bidang industri majalah misalnya. Beraneka ragam judul dan kategori majalah dapat kita temukan di toko buku maupun distributor majalah. Realita yang ada memang mengancam para penerbit media cetak dengan adanya new media yang semakin diminati masyarakat karena bersifat praktis dan dapat diakses dimana pun kita berada, namun hal itu tak lantas membuat mereka berbondong-bondong beralih ke media online. Media cetak mempunyai karakter yang kuat dan khas. Itu yang membuat sebagian masyarakat lebih tetap memilih media cetak daripada media online. Berita yang jelas, lengkap, dan terperinci menjadi nilai lebih dari media cetak. Kolom-kolom berita atau informasi dengan foto atau gambar pada media cetak yang mengupas tuntas suatu masalah, membahas suatu fenomena, mengulas profil seseorang, atau sekedar memberikan informasi terbaru yang selalu dinanti masyarakat, selain itu berabad-abad media cetak telah mengiringi perkembangan peradaban manusia sehingga tak mudah untuk dilupakan dan dengan

media cetak pula menjadi awal mula sebuah perkembangan media massa.

Majalah dalam perkembangan saat ini, pasti sudah melekat dalam benak kita bahwa media cetak yang satu ini erat kaitannya dengan sumber informasi perkembangan gaya hidup masa kini, yang tidak lekang dari perkembangan masyarakat yang semakin maju dengan warna warni kreatifitas yang bervariasi. Melihat perkembangan majalah yang sudah ada sejak masa-masa awal penerbitan pers, majalah lebih banyak digunakan sebagai media penggerak massa untuk melawan pemerintahan yang tidak berpihak pada masyarakat. Majalah selain itu juga dijadikan alat kepentingan ideologi antara masyarakat dan negara, dan juga berselubung kepentingan yang lain, misalnya; kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan (*sustainability*) lapangan kerja bagi para karyawan dan sebagainya (Sobur, 2009). Majalah-majalah baru yang berkonten umum pun bermunculan dengan tujuan meraih pasar seluas-luasnya sehingga dapat menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya (Junaedhie, 1995).

Kebutuhan informasi saat ini menjadi gaya hidup baru bagi sebagian masyarakat, apabila didukung dengan teknologi yang semakin canggih, masyarakat dapat memilih caranya sendiri untuk menikmati informasi yang dibutuhkannya, baik media cetak, elektronik ataupun media online. Masyarakat akhir-akhir ini mencari informasi yang dibutuhkan sesuai minat dan hobi yang disukai, tak jarang belakangan ini media cetak juga menyuguhkan berbagai macam kategorisasi atau segmentasi pasar misalnya misalnya para lelaki disuguhkan dengan majalah yang khusus membahas sisi lelaki seperti otomotif, bisnis atau dunia olahraga, sedangkan perempuan banyak sekali majalah khusus yang berisi tentang mode, gaya hidup, karir, info belanja dan lain-lain yang berhubungan dengan wanita, atau bagi yang penyuka musik dan film ada majalah khusus menginformasikan semua hal yang berhubungan dengan musik, band,

artis, jadwal konser, jadwal rilis, pemutaran, sinopsis dan lain-lain.

Pemahaman di atas tentang pemberitaan yang disajikan tak jarang berita hiburan *entertainment*, *lifestyle*, atau *softnews* seperti inilah yang menarik dan menjadi pilihan dikala banyaknya pemberitaan politik dan ekonomi yang membanjiri media. Gaya hidup, teknologi terbaru, *trend fashion*, *healthy life*, *hobby*, *traveling*, info terbaru mengenai kafe, restoran ataupun *shopping area* ala masyarakat urban kini disajikan oleh hampir seluruh media massa. Informasi yang kita nikmati inilah perlahan menggiring kita untuk mengaplikasikannya ke dalam kehidupan kita sehari-hari.

Perkembangan media yang sangat pesat salah satunya adalah majalah *lifestyle* atau *fashion* yang bidikannya ditujukan untuk para perempuan modern. Majalah yang mengulas gaya hidup di seluruh belahan ini sudah tidak terhitung jumlahnya, bagi mereka yang memang selalu mengikuti perkembangan *trend* baik mode, gaya hidup dan kecantikan, majalah seperti itu wajib dibaca. Menjawab kebutuhan tersebut, banyak sekali majalah perempuan yang ditawarkan kepada para pembaca. Mereka berlomba-lomba untuk menyajikan apa yang sebenarnya sangat dibutuhkan perempuan Indonesia.

Majalah merupakan salah satu produk yang sering dikonsumsi perempuan untuk keperluan pribadinya, banyak perempuan masa kini berlangganan majalah, dari yang terbit tiap minggu hingga perbulan. Perempuan lebih banyak mengonsumsi majalah dibandingkan laki-laki, perempuan juga lebih mudah dipengaruhi oleh iklan-iklan yang dimuat di majalah dibandingkan laki-laki, karena itu majalah-majalah semakin membidik perempuan sebagai target pasarnya. Konten maupun artikel-artikel yang dimuat ditampilkan secara beragam.

Perempuan di kota-kota besar atau disebut dengan perempuan modern selalu mempunyai cara untuk berpenampilan berbeda, meskipun tidak selalu '*original*' karena banyak mengadopsi gaya selebritis idolnya masing-masing, dengan demikian

perempuan modern selalu berusaha untuk memperbaharui penampilannya sesuai *trend* yang berlaku. Penampilan bukan hanya apa yang melekat di tubuh semata, melainkan juga bagaimana keseluruhan potensi dalam diri memungkinkan mereka untuk menampilkan citra diri. Pesan verbal dan non verbal yang disampaikan media massa dianggap sebagai salah satu hal penting yang akan memberikan ciri khusus pada perempuan modern. Cara berpakaian dan pilihan warna dalam berbusana ataupun dalam hal apa saja yang berkaitan dengan identitasnya sebagai perempuan modern adalah salah satu usaha dari mereka untuk membentuk citra tertentu melalui penampilannya, sebagian orang berpandangan bahwa pilihan seseorang atas busana mencerminkan kepribadiannya (Mulyana, 2005).

Dunia barat yang kita ketahui memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap nilai budaya kita. Hal tersebut akibat arus simbolik global yaitu nilai-nilai luar yang dapat mudah masuk ke dalam kehidupan masyarakat melalui transformasi teknologi komunikasi modern dan industri komersil. Kemasan media massa yang menarik dapat membuat khalayak tertarik untuk melihat atau membaca informasi tersebut, dan bagaimana media massa mengkonstruksi realitas kedalam sebuah kemasan medianya (Sobur, 2009).

Media yang memiliki variasi begitu banyak pada akhirnya menuntut sebuah media untuk bersaing dalam meraih pasar (khalayak). Berbagai strategi pemasaran diupayakan untuk sekedar dapat bertahan hidup, mulai dari pemilihan sampul majalah (*cover*), gaya, penyajian, hingga pemilihan tema-tema pemberitaan atau informasi yang cenderung mengikuti selera pasar. Dalam hal ini, tema perempuan kemudian menjadi dominan dalam perkembangan media massa di tanah air khususnya media cetak.

Melihat perkembangan majalah saat ini yang sedemikian rupa secara tidak langsung menarik perhatian para pembaca khususnya kaum perempuan masa kini yang memanfaatkan media cetak ini yaitu majalah sebagai pusat informasi dan menjadikan

sebuah acuan gaya hidup yang akan diterapkan di dalam kehidupan dan lingkungannya. Majalah yang akan dibahas disini adalah majalah luar negeri 'Vogue'. Majalah *Vogue* di dalamnya banyak menampilkan bagaimana kehidupan perempuan urban, bagaimana peran perempuan masa kini sudah mulai banyak perubahan, hal tersebut terlihat bagaimana hidup di dalam kemodernisasian, bagaimana mereka menyetarakan gender, meniti karir, menjunjung feminitas, dan menyesuaikan diri dengan arus globalisasi. Kedudukan wanita saat ini sudah sangat jauh berbeda dengan zaman dahulu kala, wanita zaman sekarang sudah pandai menunjukkan diri dan mencari apa yang mereka butuhkan di era globalisasi ini.

Majalah *fashion* terbesar salah satu di dunia, (Bahri, 2008) ini selalu menjadi sorotan. Bukan hanya karena *Vogue* adalah kiblat dunia mode, namun juga karena banyak hal yang menjadi pro dan kontra, mulai dari sampul majalahnya sampai ke foto-foto editorial di dalamnya. Salah satu contohnya adalah majalah *Vogue* terbitan negara Arab Saudi edisi Juni 2018.

Halaman depan pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 telah menampilkan seorang Putri Kerajaan Arab Saudi yaitu Putri Hayfa binti Abdullah Al-Saud dengan judul besar pada sampul itu tertulis singkat "Driving Force HRH Princess Hayfa binti Abdullah Al Saud" untuk menyambut pencabutan larangan mengemudi pada perempuan oleh Kerajaan Arab Saudi. Majalah *Vogue* versi Arabia dalam pemuatan *cover*-nya memajang seorang perempuan berparas Timur Tengah tampak tajam menatap ke arah kamera, dengan busana panjang berwarna putih serta kerudung berwarna senada yang menutupi sebagian rambut kontras dengan latar padang pasir yang gersang, dan Putri Hayfa berada di atas mobil merah konvertibel tanpa penutup dengan meletakkan tangan kanannya pada bagian setir kendaraan. Berikut gambar foto pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018:

Foto pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia tersebut telah menjadi kontroversi,

dikarenakan adanya keberatan dari kelompok-kelompok pejuang HAM perempuan di Arab Saudi. Mereka keberatan karena masih banyak para aktivis yang dipenjara yang sebelumnya telah mengkampanyekan untuk mengakhiri larangan mengemudi pada perempuan di Arab Saudi. Aturan larangan tersebut berlaku sejak tahun 1957 di negara Arab Saudi yang merupakan bagian dari interpretasi ketat Islam, dan pencabutan aturan larangan tersebut baru berlaku pada 24 Juni 2018 oleh Raja Salman bin Abdulaziz Al Saudi.



**Gambar 1.1** Foto pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018.

Sumber: <https://lifestyle.kompas.com>.

Pada dunia Islam, Arab Saudi satu-satunya negara yang tidak memperbolehkan perempuan mengemudikan kendaraan. Arab Saudi bahkan sebelumnya memberlakukan sanksi yang ketat terhadap perempuan yang mengemudikan kendaraan. Sikap keras Arab Saudi yang melarang kaum perempuan untuk mengemudi juga menimbulkan tanda tanya. Palsunya di dalam ajaran agama Islam sendiri tidak ada dalil yang kuat untuk melarang perempuan mengemudi. Perempuan saja boleh menjadi pemimpin sebuah negara, apalagi hanya untuk sekedar mengemudi.

Gerbang kesetaraan *gender* (Bhasin, 1995), di Arab Saudi mulai terbuka secara perlahan-lahan. Langkah Raja Salman telah mencabut larangan mengemudi pada perempuan merupakan bagian kecil dari

upaya untuk menuju kesetaraan yang paripurna. Sebelumnya pada tahun 2015, Arab Saudi sudah memperbolehkan perempuan untuk ikut memilih dalam pemilu, dan di antara mereka sudah ada yang menjadi anggota Dewan Pertimbangan Raja. Akan tetapi, masih ada kebijakan yang menjadikan laki-laki sebagai pelindung yang kerap mengekang kaum perempuan dan memperlakukan perempuan secara diskriminatif. Kebijakan tersebut merupakan klausul penting yang secara perlahan-lahan harus dirubah dan harus mendapatkan perhatian.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian fokus di beberapa masalah diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana makna yang terkandung di dalam sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 ?
- 2) Bagaimana representasi makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 ?

Dengan mengacu pada permasalahan penelitian yang dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui makna yang terkandung di dalam sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018.
- 2) Untuk menjelaskan representasi makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018.

## METODE PENELITIAN

### Teori Dasar dan Kajian Konseptual dan Kerangka Teori

Teori dalam penelitian ini merupakan hal yang penting dalam penelitian dan merupakan pisau analisis yang akan digunakan oleh peneliti sebagai pemandu jalannya penelitian. Peneliti menganalisa semiotika makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 dengan menggunakan teori *sign* dari Roland

Barthes, sehingga peneliti membahas sedikit pemahaman semiotika pada perspektif Roland Barthes.

Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani yaitu *semeion* yang berarti 'tanda'. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat mewakili sesuatu yang lain. Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 2009).

Menurut Rorong (2019), semiologi hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda, dengan demikian signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi tak terbatas pada bahasa, tetapi juga pada hal-hal lain diluar bahasa. Barthes menganggap kehidupan sosial sebagai sebuah signifikansi, dengan kata lain kehidupan sosial apapun bentuknya merupakan suatu sistem tanda tersendiri.

Teori semiotik Barthes hampir secara harfiah diturunkan dari teori bahasa menurut de Saussure. Roland Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Selanjutnya Barthes menggunakan teori *significant-signifie* yang dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah *significant* menjadi ekspresi (E) dan *signifie* menjadi isi (C), namun Barthes mengatakan bahwa antara E dan C harus ada relasi (R) tertentu, sehingga membentuk tanda (*sign*). Konsep relasi ini membuat teori tentang tanda lebih mungkin berkembang karena relasi ditetapkan oleh pemakai tanda. (Danesi, 2010)

Tanda adalah suatu kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah



ide atau petanda (*signified*), dengan kata lain penanda adalah ‘bunyi yang bermakna’ atau ‘coretan yang bermakna’. Penanda adalah aspek material dari bahasa, apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran atau konsep. Menurut Saussure, penanda dan petanda merupakan kesatuan seperti dua sisi dari sehelai kertas, bila salah satu sisi atau permukaan dipotong, berarti memotong pula sisi atau permukaan lainnya (Kurniawan, 2001).

Sebagaimana pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan petanda tidak terbentuk secara alamiah, melainkan bersifat *arbiter*. Pandangan Saussure hanya menekankan pada penandaan dalam tataran denotatif, sedangkan Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif, Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu ‘mitos’ yang menandai suatu masyarakat.

**Tabel.** Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
4. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIER</i> (PENANDA KONOTATIF)	5. <i>CONNOTATIVE SIGNIFIED</i> (PETANDA KONOTATIF)
6. <i>CONNOTATIVE SIGN</i> (TANDA KONOTATIF)	

Sumber: Paul Cobley & Litza Jansz. 1999. *Introducing Semiotics*. NY: Totem Book

Dari peta tanda Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Denotasi dalam perspektif Barthes merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup. Tataran denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, langsung dan pasti. Denotasi merupakan makna yang sebenar-benarnya, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas.

Denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah atau makna yang sesungguhnya, bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut dengan apa yang terucap (Sobur, 2017). Pengertian denotasi lainnya adalah hubungan yang digunakan di dalam tingkat pertama dalam sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam

sebuah tanda dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah pertanda (Berger, 2000).

Tanda konotasi merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung, dan tidak pasti, artinya terbuka terhadap kemungkinan adanya penafsiran-penafsiran yang baru. Denotasi di dalam semiologi Barthes merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikansi tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif yang bervariasi.

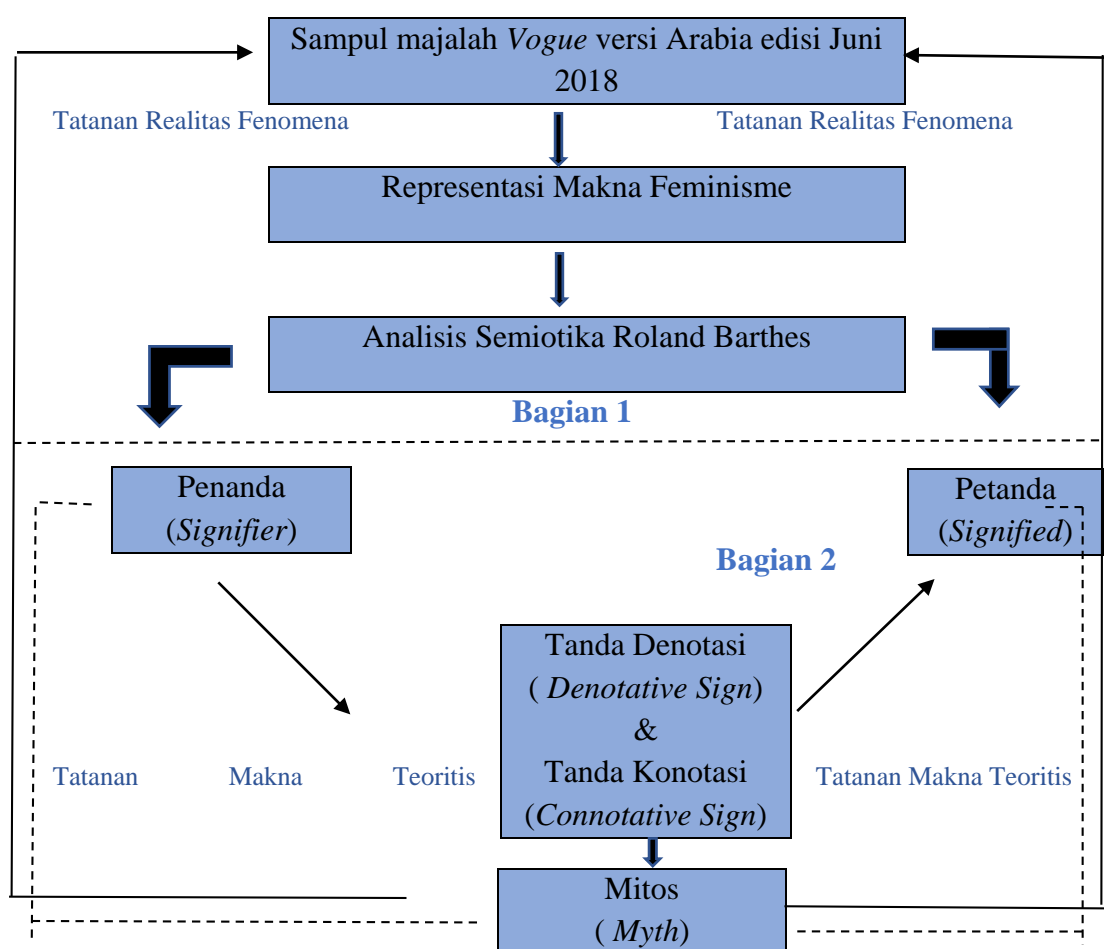
Selain denotasi dan konotasi dalam tatanan simbolik menurut Barthes, ada satu bentuk penandaan yang disebut sebagai mitos. Mitos dapat dikatakan sebagai ideologi dominan pada waktu tertentu. Denotasi dan konotasi memiliki potensi untuk menjadi ideologi yang bisa dikategorikan sebagai konsep mitos (*myth*).

Mitos adalah sebuah kisah yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek dari realitas. Mitos membantu kita untuk memaknai pengalaman-pengalaman kita dalam satu konteks budaya tertentu. Barthes berpendapat bahwa mitos melakukan naturalisasi budaya, dengan kata lain mitos membuat budaya lebih dominan, nilai-nilai bersejarah, kebiasaan dan keyakinan yang

dominan terlihat natural, abadi, masuk akal, objektif, dan benar (bicara apa adanya). (Vera, 2014)

Kerangka teori dari penelitian yang peneliti lakukan, hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti maupun pembaca untuk menjabarkan dan memberi batasan objek yang diteliti agar tidak melebar dalam pembahasan. Kerangka teori yang terbentuk adalah sebagai berikut:

**Bagan. Kerangka Teori**



Sumber: Olahan Peneliti

Dalam bagan kerangka teori di atas, di dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan bagaimana harus memecahkan masalah dengan menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan latar belakang. Fungsi kerangka teori yang peneliti pakai ini adalah untuk membingkai penelitian ini, karena tanpa adanya kerangka teori maka

peneliti tidak akan bisa melakukan penelitian khususnya penelitian kualitatif. Peneliti memulai kerangka teori dari Tatanan Realitas Fenomena, dimana di dalam penelitian ini adalah majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018. B

Bagian pertama yaitu Tatanan Realitas Fenomena di dalam penelitian ini

menjelaskan bahwa dalam sampul majalah *Vogue* edisi Arabia ini menggambarkan bahwa kaum perempuan di negara Arab Saudi bisa disetarakan derajatnya dengan kaum laki-laki, sehingga peneliti melihat di sampul majalah *Vogue* versi Arabia ini mencerminkan makna feminisme. Dari makna feminisme ini, peneliti mbingkai penelitian ini dengan menggunakan Semiotika, karena peneliti ingin melihat Penanda (*Signifier*) dan Petanda (*Signified*) dari majalah *Vogue* itu sendiri, khususnya untuk wanita di sampul majalah tersebut. Oleh karena itu, peneliti mengambil kajian teori semiotika dari Roland Barthes sebagai bagian yang cocok untuk mbingkai penelitian ini, karena ketika kita berbicara tentang Penanda (*Signifier*) dan Petanda (*Signified*), yang akan menimbulkan makna yang sebenarnya yaitu Denotasi (*Denotative*) dan makna yang tidak sebenarnya yaitu Konotasi (*Connotative*), lalu dari kedua makna tersebut akan membentuk Mitos (*Myth*). Dimana di dalam perspektif Roland Barthes terdapat 4 konsep, yaitu: Penanda (*Signifier*), Petanda

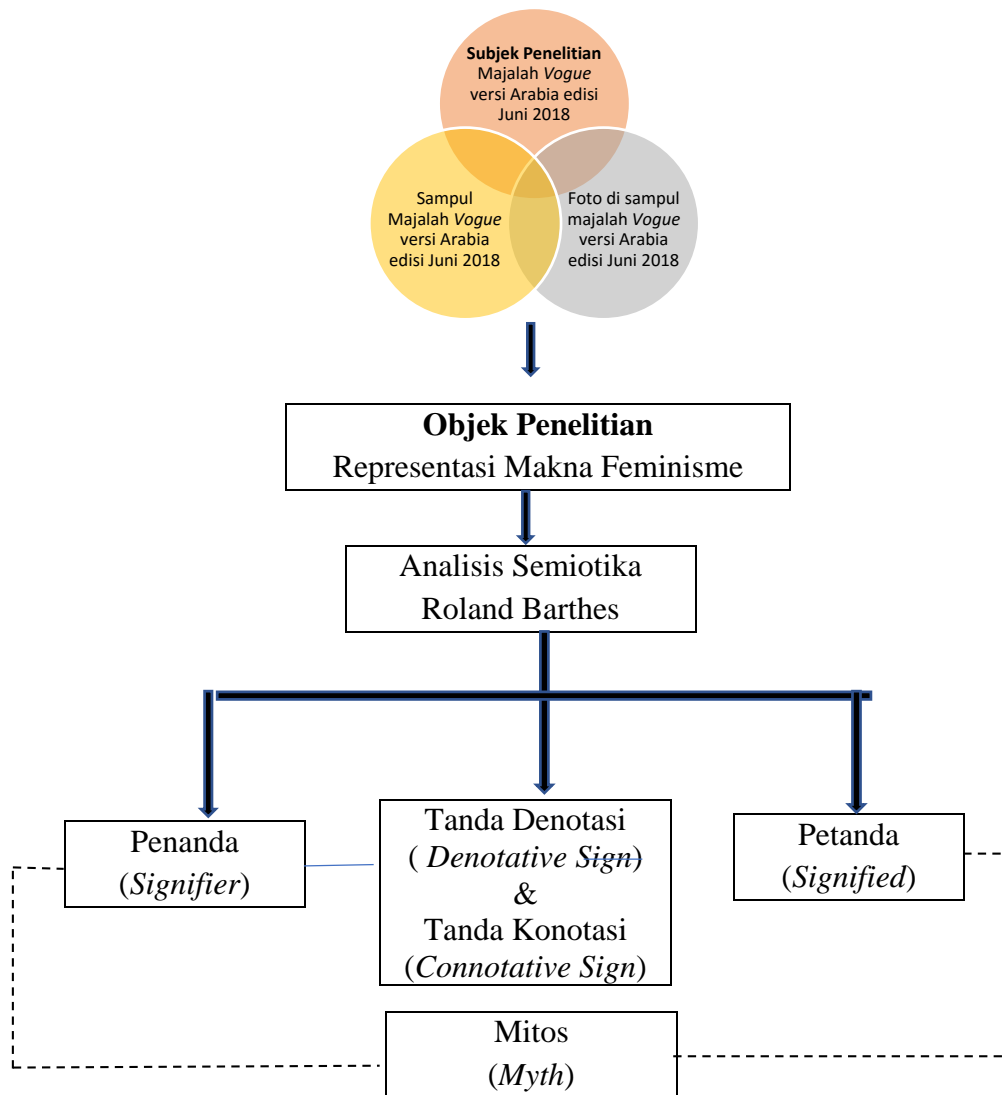
(*Signified*), Tanda Denotasi (*Denotative Sign*) dan Tanda Konotasi (*Connotative Sign*), serta Mitos (*Myth*). Keempat konsep tersebut saling berhubungan satu sama lain, dimana tanda denotasi dan tanda konotasi terbentuk melalui mitos, dan ketika mitos berkembang maka akan menampilkan representasi dari feminisme itu sendiri. Oleh karena itu, ketika mitos berkembang maka akan kembali kepada makna yang terdapat pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia itu lagi, dan tatanan teori ini terdapat pada bagian kedua yaitu Tatanan Makna Teoritis.

#### **Kerangka Pemikiran.**

Kerangka pemikiran berfungsi sebagai dasar pemikiran penelitian yang dilandasi dengan konsep-konsep dan teori yang relevan guna memecahkan masalah di dalam suatu penelitian. Berikut dipaparkan bagan kerangka pemikiran dari penelitian yang peneliti lakukan, hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti maupun pembaca untuk menjabarkan dan memberi batasan objek yang diteliti. Kerangka pemikiran yang terbentuk adalah sebagai berikut:



### Bagan Kerangka Pemikiran



Dalam bagan kerangka pemikiran diatas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai “Representasi Makna Feminisme pada Sampul Majalah *Vogue* edisi Arabia edisi Juni 2018”. Penelitian ini terdiri dari representasi makna feminisme sebagai objek penelitian dan sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 sebagai subjek pada penelitian ini.

Dari penelitian ini, inti masalah yang ingin diteliti oleh peneliti adalah representasi makna feminisme, dimana feminisme itu sendiri diartikan sebagai gerakan emansipasi wanita yang menyuarakan tentang perbaikan

kedudukan wanita dan menolak perbedaan derajat antara wanita dengan pria, (Mojab, 2015). Penelitian ini, peneliti akan menganalisis dengan menggunakan analisis semiotika dalam perspektif Roland Barthes pada masalah penelitiannya yaitu foto yang ada di halaman depan pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018, dimana *Vogue* telah menampilkan foto seorang Putri Kerajaan Arab Saudi yaitu Putri Hayfa binti Abdullah Al-Saud dengan judul besar pada sampul itu tertulis singkat “*Driving Force HRH Princess Hayfa binti Abdullah Al Saud*” sebagai perayaan pencabutan larangan mengemudi pada

perempuan di Arab Saudi oleh Kerajaan Arab Saudi.

### Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2008). Metode penelitian merupakan langkah-langkah operasional dan ilmiah untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah penelitian. Arikunto (2014).

Penelitian mengenai makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 yang peneliti lakukan, termasuk ke dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif sendiri dapat diartikan sebagai penelitian yang tidak mengadakan perhitungan, dikarenakan adanya pertimbangan bahwa kualitas dapat diperoleh dari segi alamiah sehingga bertentangan dengan kuantum atau jumlah suatu subjek penelitian. Dengan pendekatan ini peneliti dapat memperoleh gambaran yang lengkap dari permasalahan yang dirumuskan dengan memfokuskan pada proses pencarian untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna dibalik fenomena yang muncul dalam penelitian, dengan harapan agar informasi yang dikaji tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna yang merupakan data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak.

Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian bersifat analisis deskriptif yaitu dengan menganalisis objek-objek penelitian yang kemudian mendeskripsikannya dengan menggunakan teori yang dipakai, dengan tujuan agar mendapatkan sumber data yang merujuk pada tujuan penelitian. Peneliti di dalam penelitian ini akan menganalisis makna feminisme yang terdapat pada sampul majalah *Vogue* versi arabia edisi Juni 2018.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang meneliti tentang hubungan

antara tanda, simbol, dan makna serta analisis makna feminisme pada foto yang terdapat pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018. Semiotika merupakan bidang kajian yang memandang dunia dengan pemahaman sebagai sebuah sistem hubungan dengan unit dasar yaitu tanda. Asumsi yang ada melihat bahwa pesan media tersusun atas seperangkat tanda untuk menghasilkan makna tertentu.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

*Vogue* adalah majalah gaya hidup dan mode Amerika Serikat yang diterbitkan secara bulanan di 23 negara oleh perusahaan Conde Nast. *Vogue* sendiri berasal dari bahasa Prancis yang berarti 'gaya'. Pada tahun 1892, Arthur Turnure mendirikan *Vogue* sebagai majalah mode mingguan di Amerika Serikat (Rowlands, 2008). Tahun 1916, *Vogue* Inggris mulai dipublikasikan dan kemudian menyusul *Vogue* Spanyol, Italia, dan Prancis pada tahun 1920.

Pada tahun 1960, saat Diana Vreeland menjabat sebagai pemimpin redaksi, majalah ini mulai menarik kalangan remaja putri dengan memfokuskan pada mode kontemporer dan rubrik diskusi terbuka mengenai seksualitas. Beberapa model terkemuka juga mulai tampil di sampul *Vogue*, mulai dari Suzy Parker, Twiggy, Jean Shrimpton, Lauren Hutton, Veruschka, Marisa Berenson, Penelope Tree, dan yang lainnya. Pada tahun 1973, *Vogue* berubah menjadi majalah bulanan di bawah kepemimpinan Grace Mirabella.

Sejak tahun 1988 hingga saat ini, *Vogue* Amerika Serikat dipimpin oleh Anna Wintour. Pada Oktober 2013, *Vogue* mengklaim memiliki sirkulasi cetak rata-rata 11,3 juta dengan rata-rata pembaca bulanan 1,6 juta, dan usia rata-rata pembaca *Vogue* adalah 37,9. Dari keseluruhan pembaca *Vogue* 87% diantaranya adalah wanita. Dalam *The New York Times* edisi Desember 2006, Caroline Weber menggambarkan *Vogue* sebagai majalah mode yang paling berpengaruh di dunia (Weber, 2006).

Majalah *Vogue* di dalamnya banyak menampilkan bagaimana kehidupan perempuan urban, bagaimana peran perempuan masa kini yang sudah mulai banyak perubahan, hal tersebut terlihat dari bagaimana hidup di dalam kemodernisasian, bagaimana mereka menyetarakan gender, meniti karir, menjunjung feminitas, dan menyesuaikan diri dengan arus globalisasi.

Sepanjang perjalanannya, majalah *Vogue* telah menarik perhatian masyarakat melalui cara penyampaian pesan terkait kesetaraan gender bagi wanita. Peran wanita seringkali dikaitkan dengan pekerjaan rumah tangga namun pemikiran tersebut pun bergeser karena dewasa ini telah banyak wanita yang bekerja. *Vogue* membantu 'mengkampanyekan' kesetaraan *gender* di masyarakat melalui produk *fashion* yang ditampilkan seringkali bersifat maskulin. *Vogue* telah membuat sebuah tren *fashion* baru dimana wanita juga dapat menggunakan pakaian yang identik dengan pria, seperti tuxedo, dasi hingga celana. Disini peneliti melihat bahwa produk *fashion* memiliki peran yang sangat signifikan untuk mempromosikan kesetaraan *gender* karena pakaian seringkali merefleksikan perbedaan peran antara pria dan wanita.

#### **Analisis Semiotika Roland Barthes**

Analisa semiotika digunakan untuk memaknai makna-makna yang tersembunyi dari suatu pesan. Untuk memaknai sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 ini, peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yaitu mencari makna denotasi, makna konotasi, dan juga mitos. Yang kemudian peneliti terapkan pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 dengan cara mengobservasi dan menganalisis sampul majalah tersebut, serta mencari tahu makna denotasi, makna konotasi, dan mitos yang terkandung di dalamnya dengan memasukkan interpretasi peneliti pada konotasi dan mitos.

Pada tingkat pertama denotasi, peneliti menjelaskan pemaknaan tanda (*sign*) yang terlihat pada foto yang ada pada sampul majalah dalam bentuk kata-kata. Pada tingkat kedua konotasi, peneliti menjelaskan hasil denotasi yang telah diinterpretasi pada setiap bagian-bagian foto dalam sampul majalah tersebut, dan pada tahap yang terakhir yaitu mitos, peneliti akan menjelaskan keterkaitan pesan yang terdapat pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 dengan nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat. Berikut ini adalah analisis sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018:




**Gambar 1** Sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018

**Tabel 1** Tingkatan Analisis Penelitian Menurut Roland Barthes

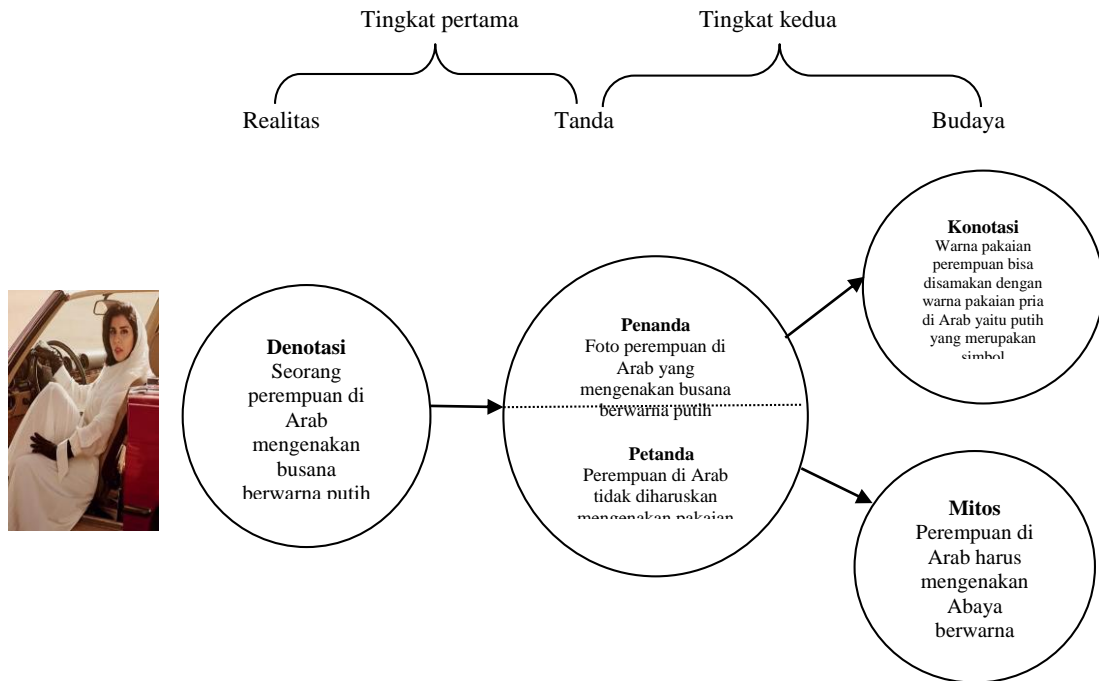
**1. (1) Bahasa-Metabahasa**

Sistem Primer (Makna Primer)	<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>	<b>Tanda</b>
	Putih	Warna dasar pada kertas atau kain	
	<b>Tanda</b>		
Sistem Sekunder (Metabahasa)	Warna dasar pada kertas atau kain	Bening, Meta	<b>Denotasi-Konotasi</b>
	<b>Petanda (Signified)</b>	<b>Penanda (Signifier)</b>	
	<b>Tanda</b>		

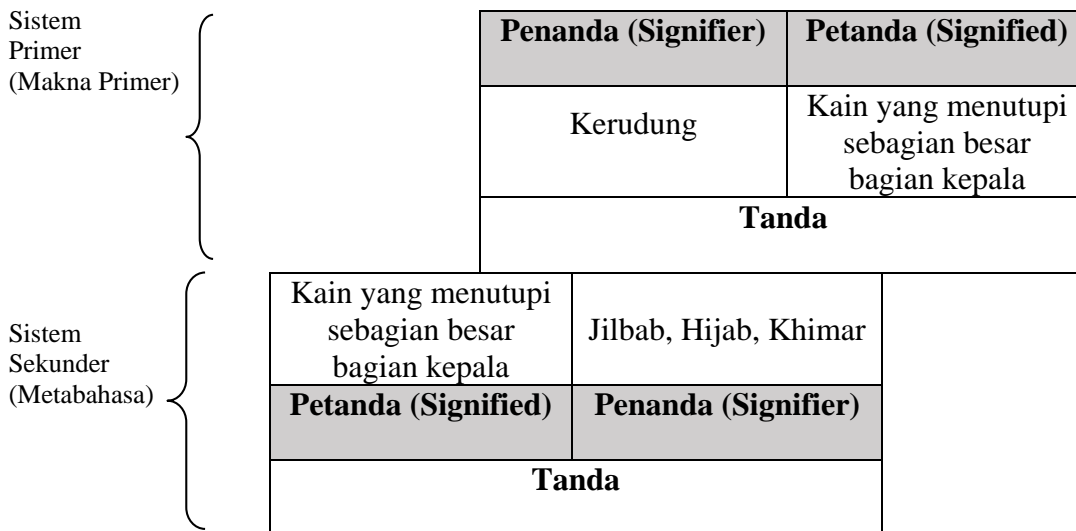
(2)

Sistem Primer (Denotasi)	<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>	<b>Tanda</b>
		Busana Panjang yang berwarna putih	
	<b>Tanda</b>		
Sistem Sekunder (Konotasi)	Busana Panjang yang berwarna putih	Kemurnian, Sederhana, Tidak bersalah, Kebersihan, dan Minimalis	<b>Tanda</b>
	<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>	
	<b>Tanda</b>		

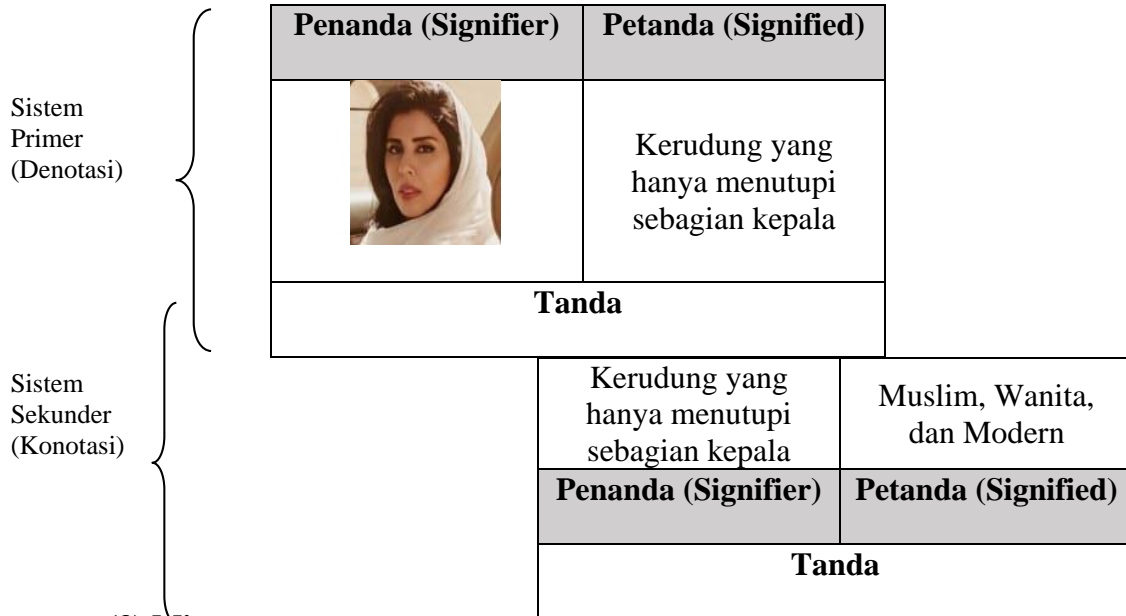
### (3) Mitos



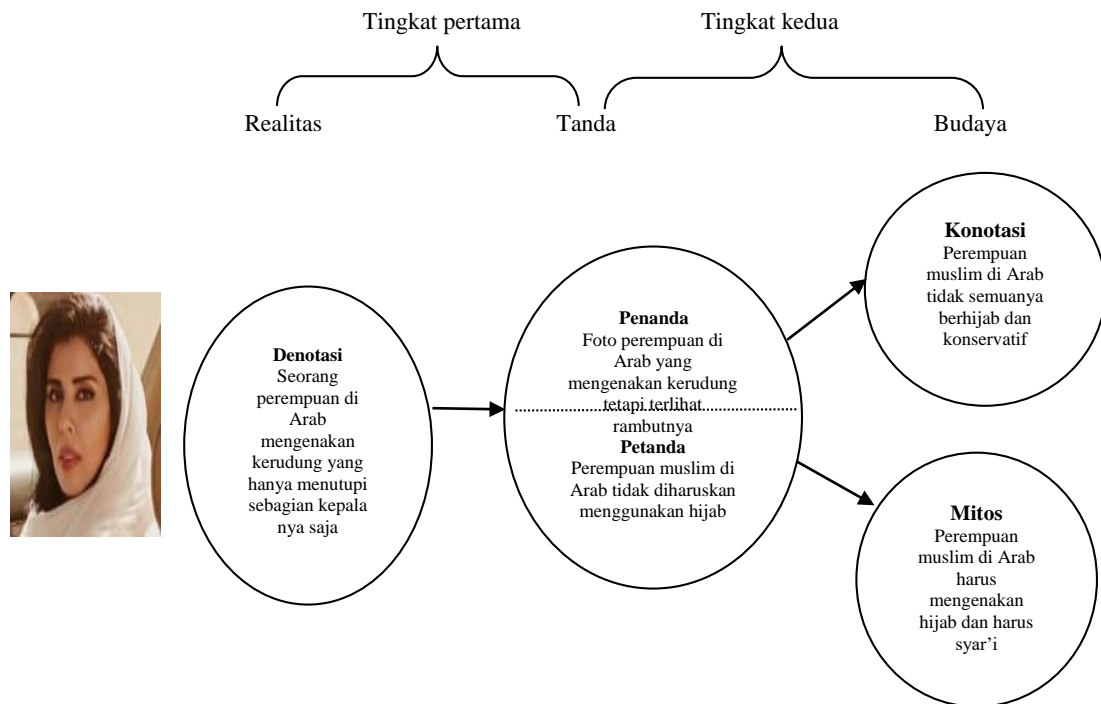
## 2. (1) Bahasa-Metabahasa



**(2) Denotasi-Konotasi**

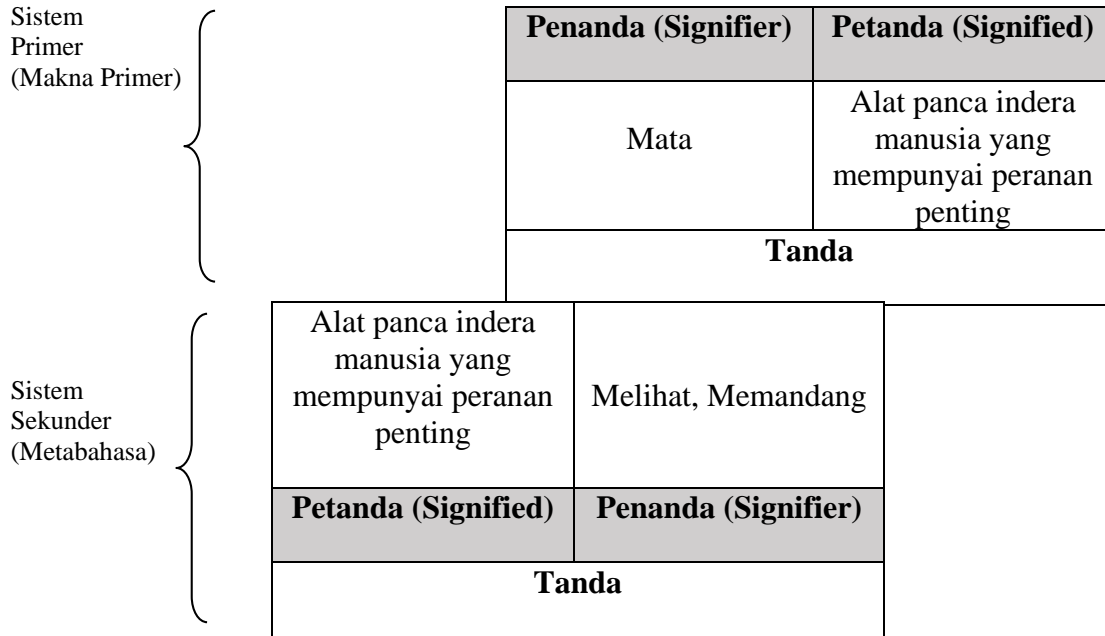


**(3) Mitos**

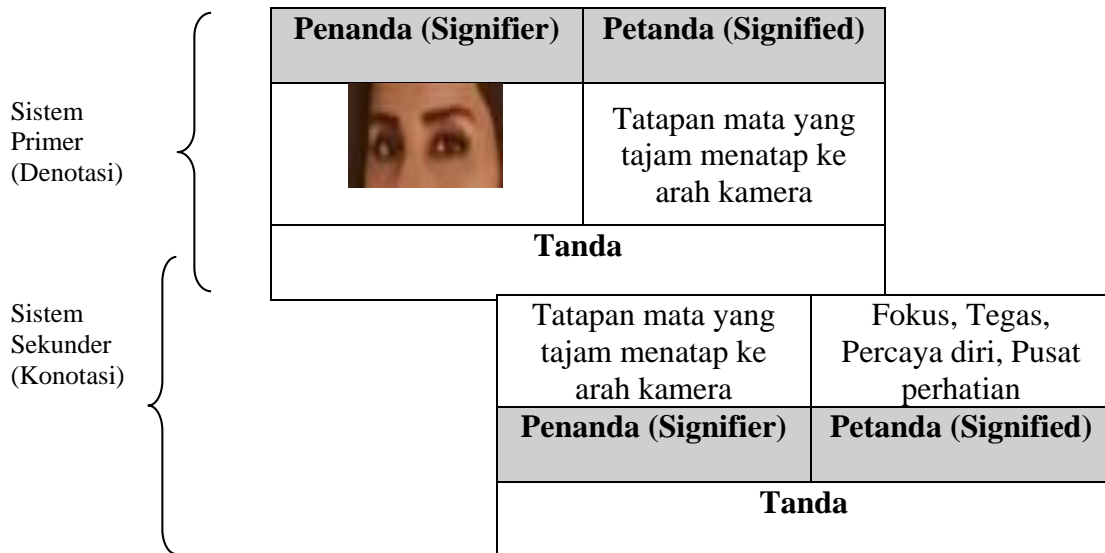




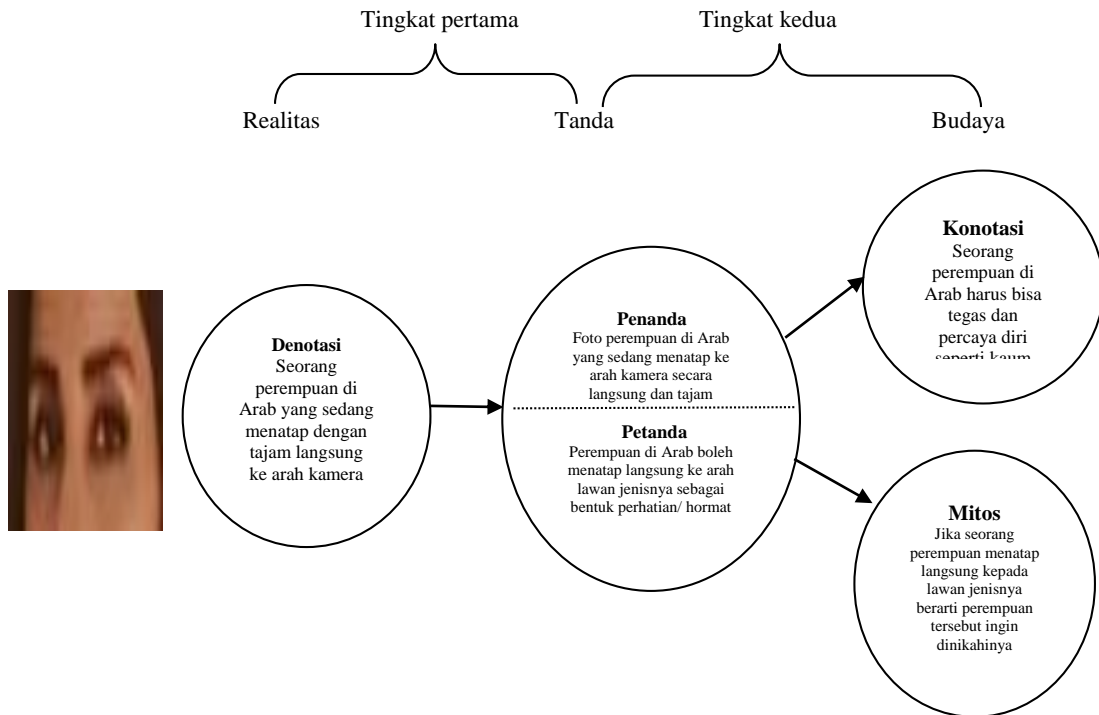
### 1. (1) Bahasa-Metabahasa



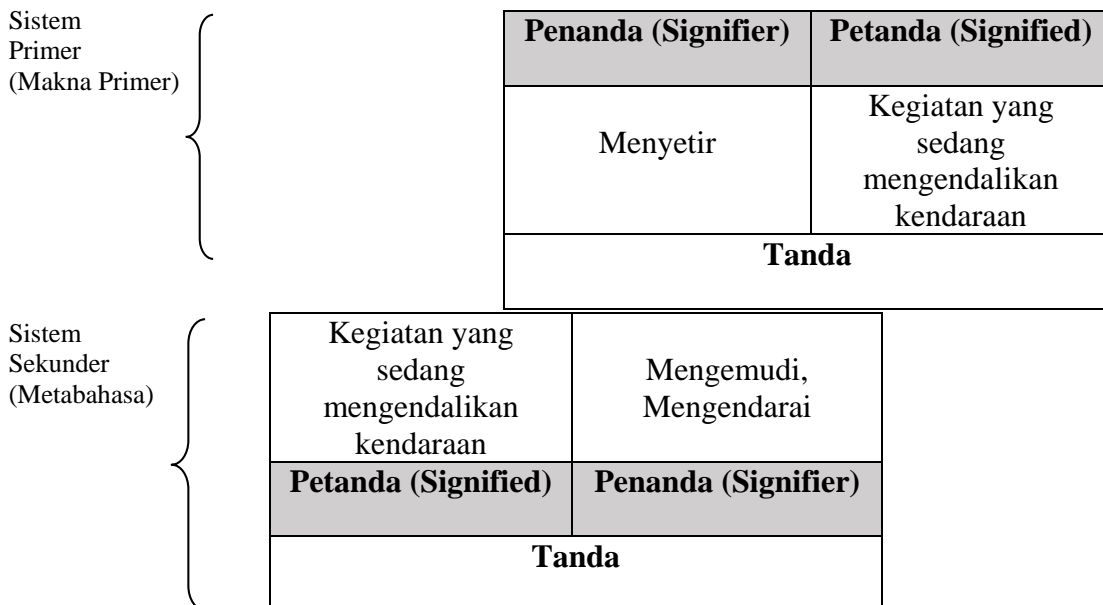
### (2) Denotasi-Konotasi



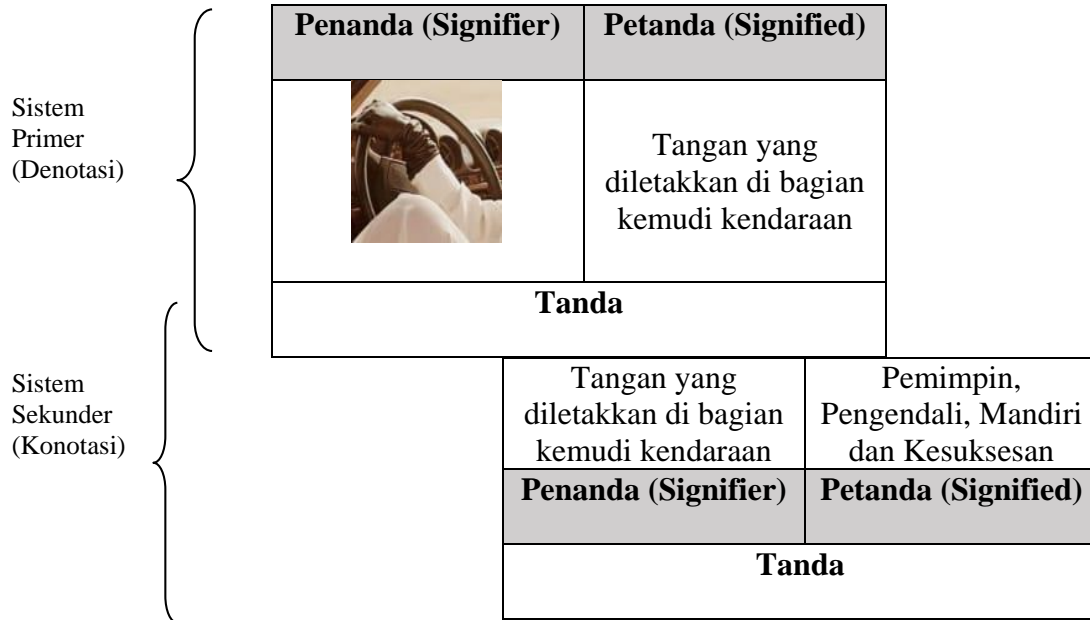
### (3) Mitos



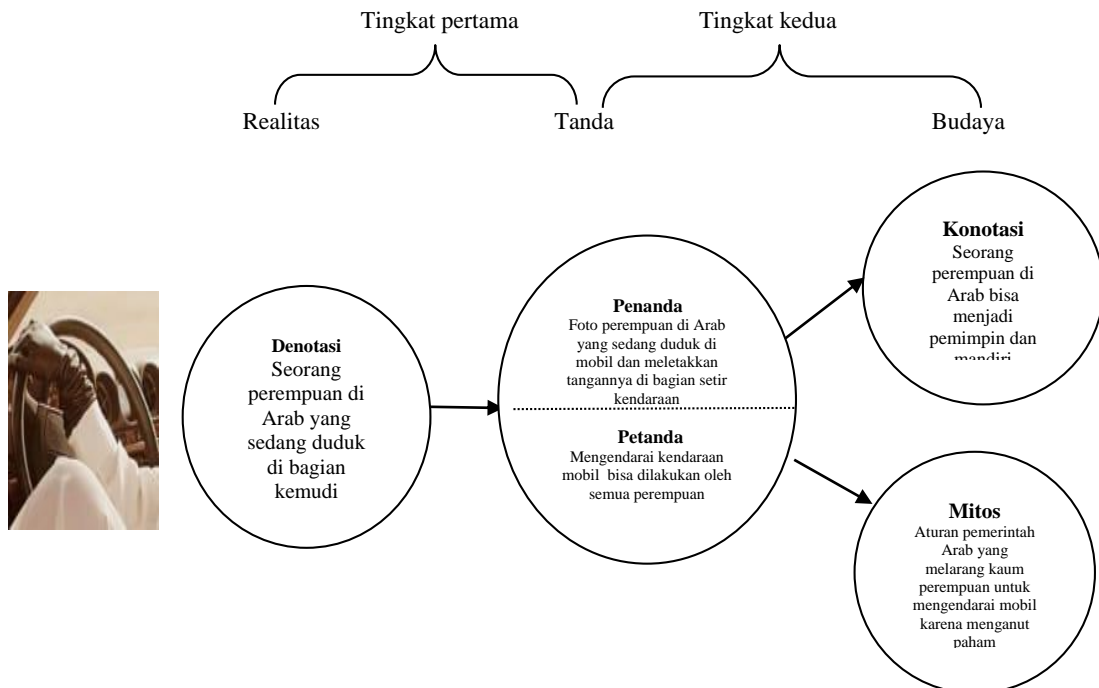
## 2. (1) Bahasa-Metabahasa



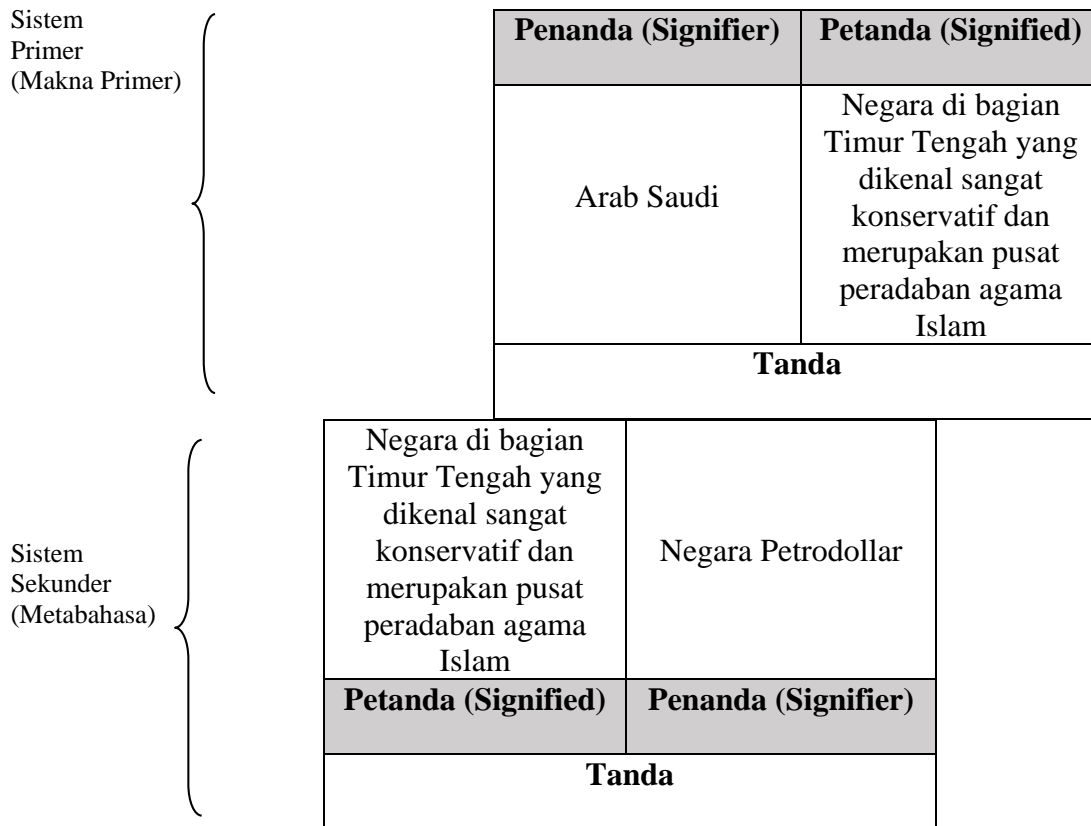
## (2) Denotasi-Konotasi



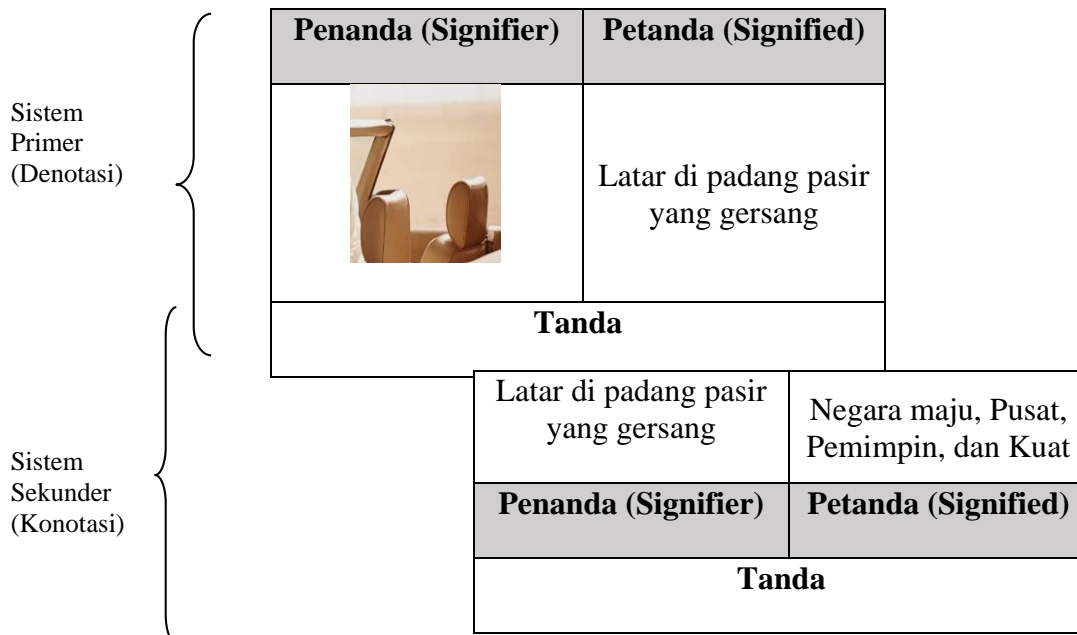
## (3) Mitos



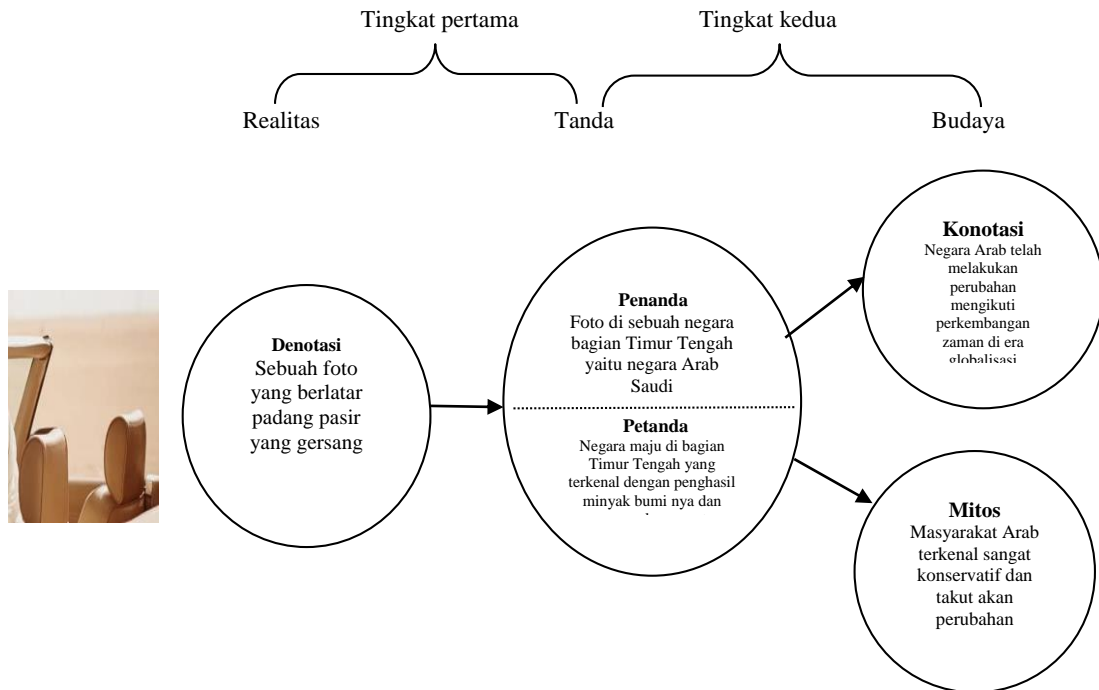
### 3. (1) Bahasa-Metabahasa



### (2) Denotasi-Konotasi



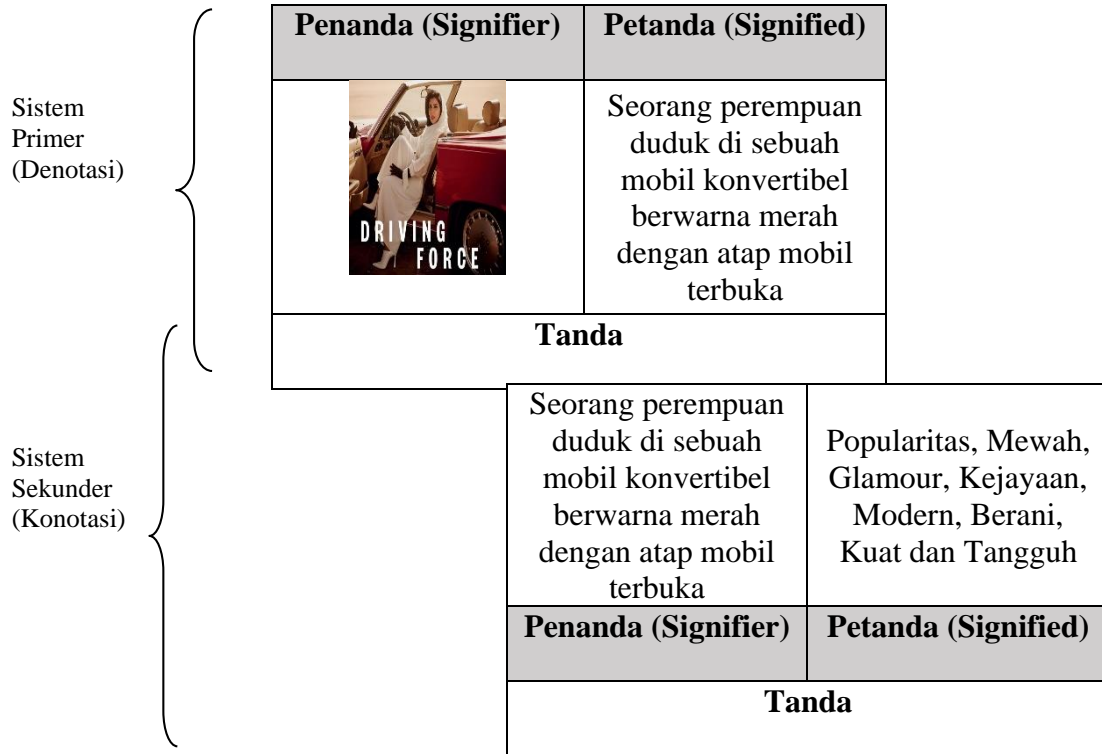
### (3) Mitos



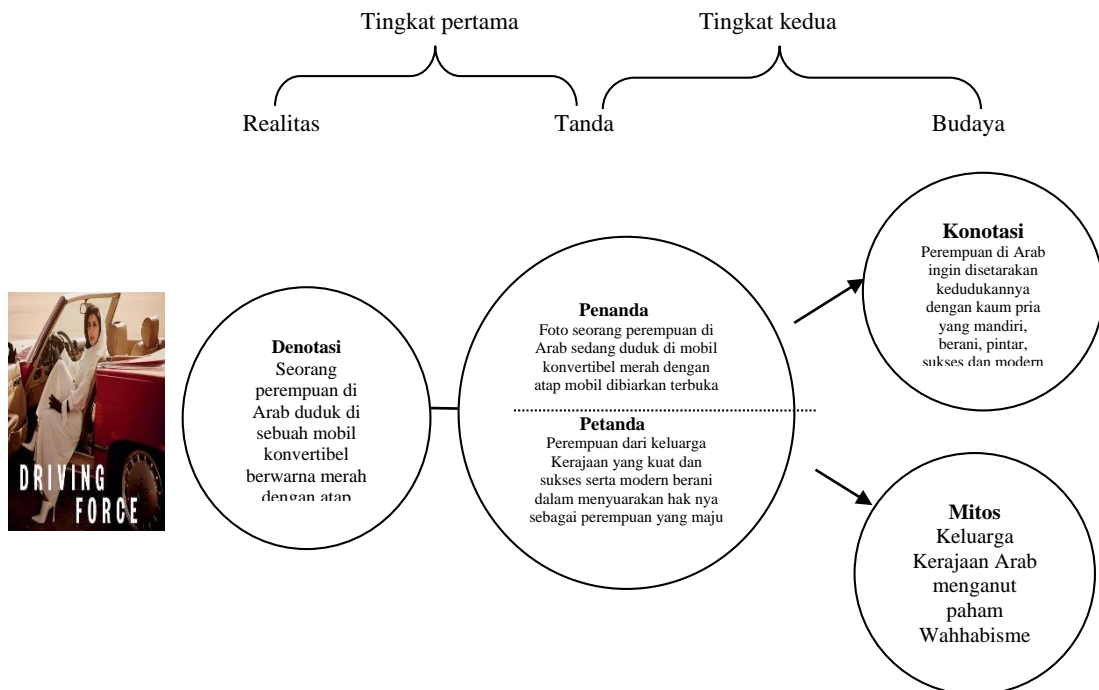
### 4. (1) Bahasa-Metabahasa

Sistem Primer (Makna Primer)	<b>Penanda (Signifier)</b>	<b>Petanda (Signified)</b>
	Mobil konvertibel	Jenis mobil yang hanya orang-orang tertentu yang dapat memilikinya
	<b>Tanda</b>	
Sistem Sekunder (Metabahasa)	Jenis mobil yang hanya orang-orang tertentu yang dapat memilikinya	Jenis mobil populer dan berkelas yang mempunyai atap buka tutup dan harganya sangat mahal
	<b>Petanda (Signified)</b>	<b>Penanda (Signifier)</b>
	<b>Tanda</b>	

## (2) Denotasi-Konotasi



## (3) Mitos

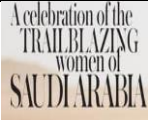




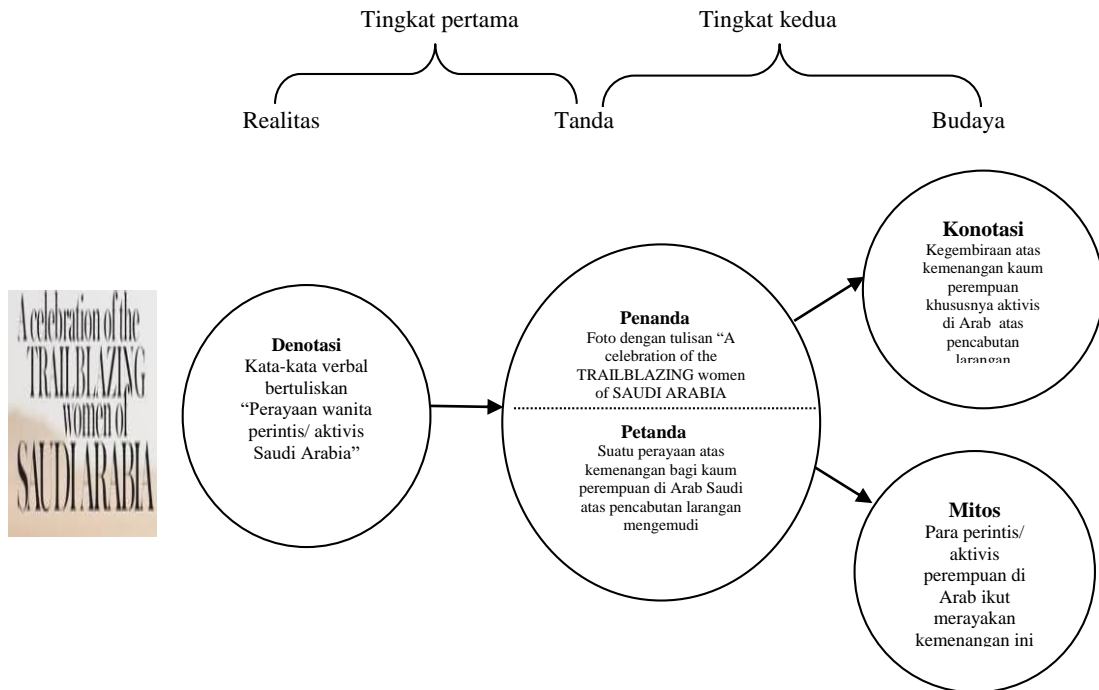
## 5. (1) Bahasa-Metabahasa

Sistem Primer (Makna Primer)	<b>Penanda (Signifier)</b>		<b>Petanda (Signified)</b>	
	A Celebration of the TRAILBLAZING women of SAUDI ARABIA		Suatu perayaan atas kemenangan bagi kaum perempuan di Arab Saudi atas pencabutan larangan mengemudi	
<b>Tanda</b>				
Sistem Sekunder (Metabahasa)	Suatu perayaan atas kemenangan bagi kaum perempuan di Arab Saudi atas pencabutan larangan mengemudi		Perayaan wanita perintis Saudi Arabia	
	<b>Petanda (Signified)</b>		<b>Penanda (Signifier)</b>	
	<b>Tanda</b>			

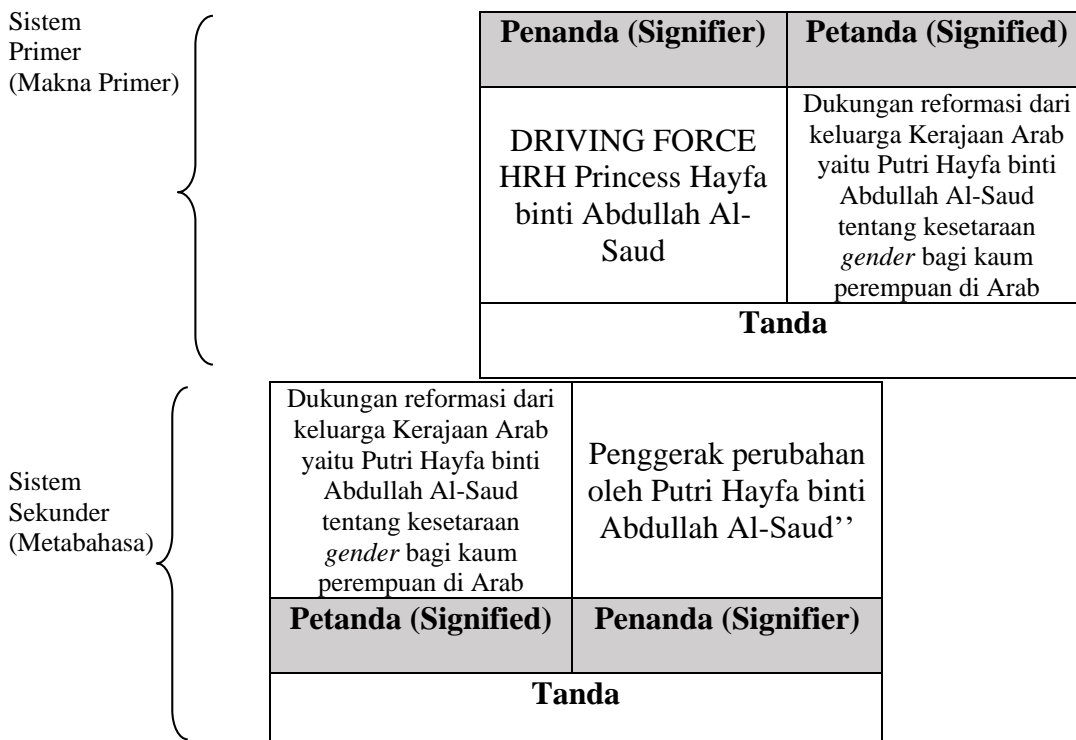
## (2) Denotasi-Konotasi

Sistem Primer (Denotasi)	<b>Penanda (Signifier)</b>		<b>Petanda (Signified)</b>	
			Kata-kata verbal yang bertuliskan "Perayaan wanita perintis Saudi Arabia"	
<b>Tanda</b>				
Sistem Sekunder (Konotasi)	Kata-kata verbal yang bertuliskan "Perayaan wanita perintis Saudi Arabia"		Kemenangan dan Kegembiraan	
	<b>Penanda (Signifier)</b>		<b>Petanda (Signified)</b>	
	<b>Tanda</b>			

### (3) Mitos



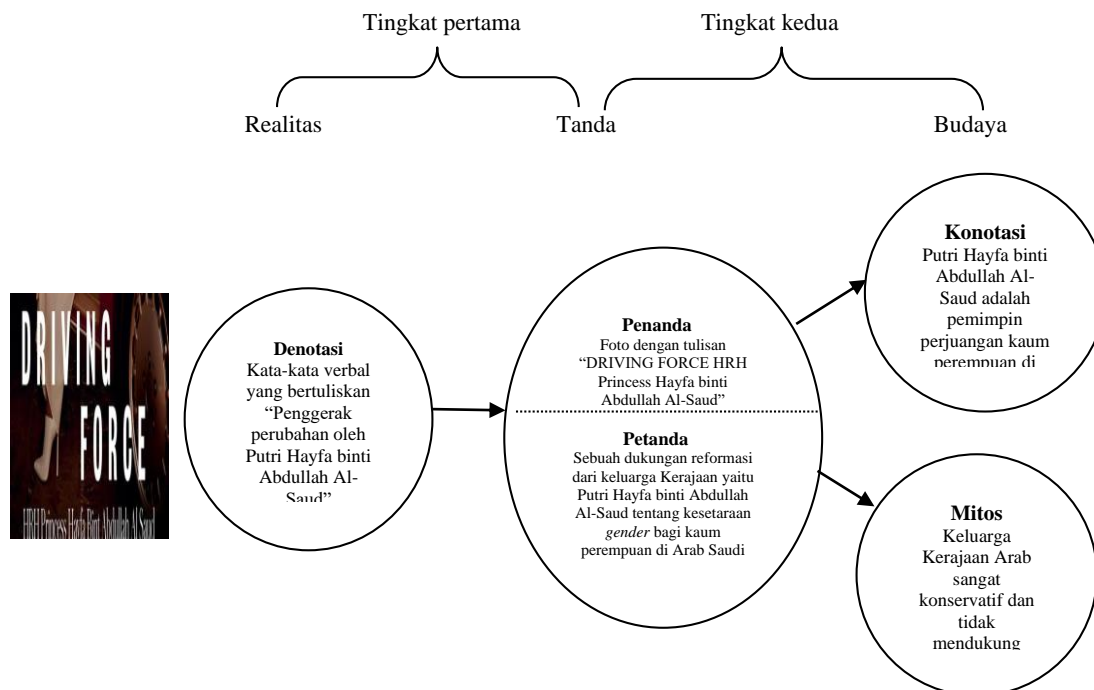
### 6. (1) Bahasa-Metabahasa



## (2) Denotasi-Konotasi



## (3) Mitos



## Pembahasan

Dengan demikian hasil penelitian ini adalah analisis semiotika Barthes pada tahap pertama signifikansi dua tahap. Pada bagian

pembahasan sebelumnya peneliti berusaha mengurai sampai pada tahap menganalisa mitos sebagai tahap akhir dari signifikansi dua tahap semiotika Barthes yaitu denotasi

dan konotasi, yang berusaha menemukan wacana-wacana dominan seperti keberadaan mitos, sebuah ideologi dari budaya lokal yang berpengaruh pada representasi makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan informasi yang didapat dari hasil wawancara dengan *key informan* guna mencari keberadaan mitos dan menjawab pertanyaan penelitian tentang makna yang terkandung dan bagaimana representasi makna feminisme pada sampul majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018.

Roland Barthes sebagai penerus Saussure adalah ahli yang banyak memberi perhatian mengenai keterkaitan antara tanda dengan konteks sosial dan budaya masyarakat. Menurut Barthes, dalam proses pertandaan pada dasarnya terjadi dua tingkatan yaitu, pertama Bahasa-Metabahasa dan kedua Denotasi-Konotasi. Bahasa-bahasa pada media atau periklanan lebih banyak menyampaikan konotasi dibandingkan denotasi. Dengan paparan media yang sangat tinggi, makna dari suatu tanda yang konotatif ditekankan terus menerus, sebagai akibatnya kita tidak mencermati lagi makna asal dari suatu tanda. Barthes menyebut kondisi ini sebagai Mitos, yang merupakan tahap analisis tingkatan terakhir.

Berdasarkan tabel tingkatan analisis penelitian menurut Roland Barthes diatas, majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 mengandung makna Feminisme. Makna feminisme ini merupakan representasi dari setiap bagian-bagian foto beserta tulisan pada sampul majalah *Vogue* yang sudah di Analisa oleh peneliti pada bagian pembahasan.

Dari Analisis tanda denotasi, konotasi dan mitos pada tabel di atas, dimunculkan pesan bahwa majalah *Vogue* mendukung kebijakan Kerajaan Arab Saudi yang memperbolehkan kaum perempuan di Arab untuk mengemudi mobil. Selain itu *Vogue* juga ingin menyampaikan pesan bahwa keluarga Kerajaan sendiri menginginkan perubahan khususnya kebebasan kaum perempuan di Arab Saudi, dengan menampilkan salah satu keluarga dari

Kerajaan yaitu Putri Hayfa binti Abdullah Al-Saud. Putri Hayfa sendiri menolak ideologi yang selama ini dianut oleh masyarakat Arab Saudi sejak dahulu kala.

## SIMPULAN

Hasil penelitian dan kajian peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes bisa disimpulkan bahwa:

1. Dari interpretasi foto pada sampul majalah menggunakan semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa pihak keluarga Kerajaan Arab Saudi sebagaimana ditampilkannya Putri Hayfa sebagai modelnya, terlihat tidak peka terhadap situasi dan kondisi yang ada sebenarnya yang terjadi pada masyarakat di Arab. Mitos yang hendak disampaikan pada foto itu adalah bahwa sebagai orang Arab yang tidak konservatif dan sebagai wanita modern, Putri Hayfa terlalu kurang peduli terhadap agama dan kebudayaannya sendiri yang merupakan ajaran yang dianut sudah lama oleh para leluhurnya di Kerajaan, padahal ia merupakan role model dari keluarga Kerajaan untuk masyarakatnya di negara Arab Saudi.
2. Data penelitian dan penjelasan lanjutan pada pembahasan menunjukkan bahwa majalah *Vogue* versi Arabia edisi Juni 2018 mengandung makna Feminisme. Majalah *Vogue* mendukung keputusan Raja Salman untuk mencabut aturan larangan mengemudi dan mendukung reformasi untuk para kaum perempuan di Arab Saudi.
3. Akan lebih baik lagi *Vogue* sebelum menampilkan model dan mengangkat berita di sampul halaman majalah, harus mengetahui persis keadaan sebenarnya terlebih dahulu agar tidak menjadi kontroversial. Menjadi majalah

kontroversial karena pada cover ini *Vogue* menampilkan Putri Arab Saudi di depan kemudi mobil, sementara aktivis yang mengkampanyekan untuk mengakhiri larangan mengemudi perempuan di Arab Saudi masih dipenjar.

4. Semestinya *Vogue* lebih peduli terhadap nilai-nilai yang dianggap sakral oleh agama manapun, dan tidak hanya memikirkan diri sendiri dan aspek penjualan produk majalah yang mereka miliki.
5. Untuk pengelola media, perlu sekali memahami pandangan serta nilai-nilai yang dianggap sebagai ajaran dan kebenaran oleh penganut agama apapun seperti halnya cover Majalah *Vogue*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahri. (2008). *Konsep dan Definisi Konseptual*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Berger, Arthur Asa. (2000). *Media and Communication Research Methods*. London: Sage Publications, inc.
- Bhasin, Kamla dan Said Khan, Nighat. (1995). *Feminisme dan Relevansinya*. Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama & Kalyanamitra, Jakarta.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eco, Umberto. (2009). *Teori Semiotika: Signifikasi Komunikasi, Teori Kode, Serta Teori Produksi Tanda*. Kreasi Wacana.
- Junaedhie, Kurniawan. (1995). *Ensiklopedi PERS Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan. (2001). *Pesan, Tanda dan Makna: BukuTeks Dasar Mengenai Semiotika*. Magelang: Yayasan Indonesia Tera.
- Mojab, Shahrzad. (2015). *Marxism and Feminism*. London: Zed Books.
- Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rorong MJ. (2019). Penempatan Teori Dalam Ilmu Komunikasi. *COMMED : Jurnal Komunikasi dan Media*. 4 (1). 90-107.
- Rowlands, Penelope. (2008). *A Dash of Daring: Carmel Snow and Her Life in Fashion, Art, and Letters*. Simon and Schuster.
- Sobur, Alex. (2009). *Analisis Teks media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis "Framing"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Weber, Caroline. (2006). *Fashion-Books: Review of "in Vogue: The Illustrated History of the World's Most Famous Fashion Magazine (Rizzoli)"*. New York Times.