

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggambaran perempuan dalam media kebanyakan tidak sesuai dengan realita perempuan di dunia nyata. Hal ini sesuai dengan pernyataan Majelis Parlemen Dewan Eropa (*Parliamentary Assembly Of The Council Of Europe*), yaitu (Parliamentary Assembly, 2002)

The Assembly notes that, although progress has visibly been made in several European countries, women's image in the media all too frequently remains a negative one, and continues to be stereotyped and sexist. Women are associated with the private sphere, the household and family life. The media frequently present women as sex objects. While the contemporary world has undergone rapid changes, the image of women in the media has not really altered.

Dalam Bahasa Indonesia berarti meskipun kemajuan terlihat di beberapa negara Eropa, namun penggambaran perempuan di media tetap negatif, terus distereotipkan dan seksis. Perempuan diasosiasikan dengan ranah privat, rumah tangga dan kehidupan keluarga. Selain itu, media sering menampilkan perempuan sebagai objek seks. Sementara dunia kontemporer telah mengalami perubahan yang cepat, penggambaran perempuan di media tidak benar-benar berubah. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa penggambaran perempuan tetap tidak berubah walaupun terdapat beberapa progres, perempuan tetap sering ditampilkan dengan negatif dan kebanyakan ditampilkan sebagai objek seks.

Majalah perempuan merupakan salah satu media yang berpengaruh dalam memproyeksikan penggambaran perempuan yang tidak realistis. Bagi perempuan, majalah merupakan jendela untuk memasuki dunia perempuan. Perempuan sangat terpengaruh oleh apa yang ditulis didalam majalah yang mereka baca. Seperti yang dijelaskan oleh Wolf (2002:70)

Women are deeply affected by what their magazines tell them (or what they believe they tell them) because they are all most women have as a window on their own mass sensibility.

Pernyataan di atas berarti wanita sangat terpengaruh oleh apa yang dikatakan majalah mereka (atau apa yang mereka yakini mereka katakan kepada mereka) karena majalah perempuan merupakan jendela sensibilitas massa bagi kebanyakan perempuan.

Majalah Brigitte adalah salah satu majalah perempuan terpopuler di Jerman. Brigitte telah beroperasi selama 60 tahun. Hal tersebut menjadikannya salah satu majalah yang paling terkenal di Jerman. Selain itu, pada laman digitalnya majalah ini mempunyai 6,75 juta pengguna setiap bulannya, 75% terdiri dari perempuan (<https://www.internationalmediasales.net>).

Pada tahun 2010 majalah Brigitte mengeluarkan edisi khusus bertajuk *Ohne Models*. Edisi *Ohne Models* merupakan upaya majalah Brigitte untuk berhenti menampilkan penggambaran perempuan yang tidak realistis. *Ohne Models* sendiri jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti tanpa model.

Perempuan biasa dipilih untuk menjadi wajah utama dari sampul Brigitte. Majalah Brigitte ingin memproyeksikan sosok perempuan sealaminya mungkin,

apakah dia hanya seorang siswa, seorang pemain bola, seorang polisi ataupun seorang bos tanpa mengikuti standar yang ada (Fösken, 2010).

Bagaimana perempuan ditampilkan di dalam media khususnya majalah menarik untuk diteliti. Teori representasi digunakan untuk mengungkap penggambaran perempuan tersebut. Representasi merupakan kegiatan memaknai suatu konsep melalui Bahasa, seperti apa yang diungkapkan oleh Hall (1997 : 8) *representation is the production of the meaning of the concepts in our minds through language*. Representasi merupakan produksi makna akan konsep yang ada dipikiran melalui Bahasa. Konsep yang diteliti merupakan penggambaran perempuan dalam media khususnya majalah Brigitte.

Konsep tentang perempuan di media penting untuk diteliti karena salah satu fungsi media yang merupakan pembentuk opini publik akan suatu hal. Seperti yang dijelaskan oleh Alvinaro (dalam Habibie, 2018 : 80) Fungsi media massa bisa dibagi menjadi lima, Pengawasan, Penafsiran, Pertalian, Penyebaran Nilai – Nilai, Hiburan.

Menurut Mileta (Mileta, 2014) majalah sendiri terdiri dari 4 bagian yaitu sampul, halaman awal, isi majalah dan halaman belakang. Sampul majalah menjadi bagian yang paling penting dari sebuah majalah karena sampul majalah adalah bagian yang pertama kali dilihat oleh pembaca. Sampul majalah harus menarik secara visual dan berbeda dari halaman sampul majalah lainnya untuk menarik pembaca baru. Di sisi lain setiap sampul harus berbeda dari edisi sebelumnya tetapi tetap menunjukkan ciri dari majalah agar mudah dikenali pembaca lama. Sampul juga harus merepresentasikan karakter penerbit.

Pada sampul majalah terdapat dua unsur yang sangat penting karena jika dianalisis dapat mengungkap makna yang terkandung dibalik sampul (Mileta, 2014). Dua unsur tersebut adalah *main image* dan juga *main cover line*. Dalam *main image* terdapat potret model sedangkan *main cover line* merupakan tajuk utama dari sebuah majalah yang biasanya ditulis dengan ukuran paling besar (Quinn, 2016).

Unsur visual yang berupa gambar dapat diungkap maknanya dengan teori analisis gambar oleh Kress dan Leeuwen. Harrison membuat sebuah kerangka kerja dari teori tersebut sehingga lebih praktis dalam penggunaannya. Harrison (Harrison, 2003 : 50) merangkum teori analisis gambar oleh Kress dan Leeuwen menjadi 3 tahap yaitu analisis makna representasi, analisis makna interaksi dan analisis makna komposisi.

Unsur tekstual yang berupa *main cover line* dianalisis dengan menginterpretasi makna denotatif dan konotatif pada *main cover line*. Hasil analisis *main image* dan *main cover line* selanjutnya disimpulkan untuk dapat mengungkap representasi perempuan pada sampul majalah Brigitte edisi *ohne Models*.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah representasi perempuan dalam sampul majalah Brigitte edisi *ohne Models*.

C. Perumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana representasi perempuan dalam sampul majalah Brigitte edisi *ohne Models tahun 2010*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca sebagai referensi untuk analisis semiotika visual sosial dengan data yang berupa gambar dan teks.

