

REPRESENTASI “PEREMPUAN MATANG” DALAM MAJALAH PESONA (FEMINA GROUP) DI INDONESIA

REPRESENTATION OF MATURE WOMEN IN PESONA MAGAZINE (FEMINA GROUP) INDONESIA

Lina Meilinawati Rahayu

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Padjadjaran Bandung

e-mail: lina.meilinawati@unpad.ac.id

Naskah Diterima: 4 Mei 2018

Naskah Direvisi: 5 September 2018

Naskah Disetujui: 8 November 2018

Abstrak

Tulisan ini menganalisis bagaimana “kematangan” perempuan ditampilkan melalui artikel-artikel dalam majalah Pesona. Majalah Pesona adalah majalah perempuan yang mengkhususkan diri pada segmen pembaca perempuan 35 tahun ke atas dengan mengusung motto: *Life, Inspiration, Passion*. Yang menjadi objek penelitian adalah artikel-artikel antara tahun 2010 sampai dengan tahun 2016. Dalam rentang waktu ini akan dianalisis bagaimana perempuan matang direpresentasikan dalam rubrik-rubrik yang dibahas.. Dari hasil analisis ditemukan bahwa artikel-artikel dalam majalah Pesona mengomunikasikan: representasi kematangan dalam menentukan pilihan, representasi kematangan emosi, representasi perempuan mandiri, berhasil, dan inspiratif, serta representasi problematika usia matang. Selain itu, motto majalah Pesona terejawantah dalam setiap artikelnya. Motto “life” diwakili oleh artikel-artikel yang membahas dan mengajak untuk mengisi dan menikmati hidup serta membuat hidup lebih penuh makna. Motto “inspiration” diwujudkan oleh artikel-artikel yang membahas berbagai hal yang dapat menginspirasi: mulai dari mode busana sampai makanan. Motto “Passion” diwujudkan dalam artikel yang membahas keberhasilan karena konsistensi pada passion yang dipilih.

Kata kunci: representasi, perempuan matang, majalah Pesona.

Abstract

This paper analyzes how the "maturity" of women is displayed through articles in Pesona magazine. The Pesona Magazine is a women's magazine specializing in women readers segment 35 years and above.. Enchantment carries the motto: *Life, Inspiration, Passion* as an identity for "established" women who are no longer looking for identity. As for the object of research are articles between the years 2010 to 2016. In the 6-year warsa will be analyzed how the mature woman is represented in the rubrics discussed. From the analysis results found: representation of maturity in determining choice, representation of emotional maturity, independent woman representation, succeed, and inspiration, and representation of maturity problematika. Besides, motto in magazine “Pesona” is manifested in the articles. The motto of ‘Life’ is represented by the articles which persuade the readers to fill, enjoy and also make the life more meaningful. Motto of ‘inspiration’ which written in the articles contain various things which inspire the readers: from fashion to food. Motto of ‘passion’ is manifested in the articles which contains all success accomplished due to the consistency and passion chosen.

Keywords: representation, mature woman, majalah Pesona.

A. PENDAHULUAN

Pesona adalah salah satu majalah untuk segmen perempuan matang di bawah naungan Femina Group. Femina Group merupakan perusahaan penerbitan yang didirikan tahun 1970. Majalah *Femina* diterbitkan pertama tahun 1972 dengan segmen khusus majalah perempuan (dewasa). Sejalan dengan kebutuhan pasar, Femina Group menaungi 14 majalah lainnya dengan segmen pasar dan isi yang lebih khusus dan variatif. Majalah-majalah dalam naungan Femina Group tersebut adalah *Gadis*, *Ayahbunda*, *Dewi*, *Women's Health Indonesia*, *Cita Cinta*, *Pesona*, *Men's Health Indonesia*, *Readers' Digest Indonesia*, *Cleo Indonesia*, *Parenting Indonesia*, *Grazia Indonesia*, *Best Life Indonesia* dan *Estetica Indonesia*. Awalnya *Femina* sebagai majalah perempuan cukup mewakili perempuan kota, berwawasan baik, dari kelas menengah dan memiliki pandangan terbuka. Namun, ketika perempuan beranjak pada usia matang (35+) banyak kebutuhan-kebutuhan perempuan tidak lagi terwadahi oleh *Femina*. Kemudian hadirlah majalah *Pesona* pada tahun 2002 dan pada tahun 2015 memakai *tagline*: *Life, Inspiration, Passion* yang mewakili karakter perempuan matang.

Mengapa usia matang perlu wadah sendiri? Hal ini sejalan dengan kemajuan zaman dan usia hidup yang semakin panjang. Dengan semakin panjangnya usia hidup, diperlukan ruang-ruang untuk klasifikasi usia tertentu. Tahun 2000-an di Indonesia bahkan mungkin di berbagai belahan dunia dianggap sebagai tahunnya perempuan. Di berbagai sektor perempuan sudah unjuk gigi. Dalam dunia kesusastraan misalnya penulis-penulis perempuan bermunculan dengan tema-tema yang bervariasi dan tidak canggung-canggung lagi mengemukakan pendapat, pikiran, dan gagasannya yang selama ini bahkan dianggap tabu. Dalam hal usia pun ada pandangan yang bergeser bahwa usia 50-an yang dahulu dianggap tua, sekarang tidak lagi. Usia hidup dan harapan hidup

semakin panjang, usia pensiun pun makin diperpanjang. Dengan demikian, kehidupan “matang” dengan segala problematika menjadi menarik untuk dibicarakan. *Pesona* membidik problematika kalangan matang usia. Kehadiran *Pesona* mewadahi “masalah-masalah” perempuan matang yang sudah tidak muda lagi, tidak “cantik” lagi, dan aneka problema khas perempuan matang. *Pesona* bagai cermin sekaligus pendongkrak rasa percaya diri para perempuan matang agar tetap cantik, tetap percaya diri, tetap memiliki arti, tetap bahagia dan dapat membuat keputusan-keputusan penting untuk kebahagiaan hidupnya.

Sebagai pembaca *Pesona*, saya memiliki asumsi pribadi –terlepas dari persoalan bisnis-- bahwa *Pesona* mencoba memberi pandangan lain terhadap citra perempuan matang. Perempuan matang ditampilkan dalam sosok berbeda: segar, cerah, bahagia, percaya diri, dan cantik. Tentu saja perempuan yang ditampilkan kalangan menengah perkotaan, terdidik dengan baik, berwawasan luas, dan memiliki pandangan terbuka. Melalui artikel-artikel yang ditampilkan diharapkan mampu menghasilkan sebuah representasi mengenai realitas yang sengaja dikonstruksikan untuk memberikan sebuah gambaran perempuan matang dan mapan seperti slogan *Pesona*.

Banyak penelitian terhadap gambaran perempuan di majalah. Berikut ini beberapa penelitian tersebut. Kretz (2009) meneliti bagaimana tubuh perempuan dipersepsikan dalam majalah. Dia menganalisis beberapa penelitian sebelumnya (Etcoff, Orbach, Scott, & D'Agostino, 2004) yang menyebutkan sebuah temuan penelitian skala besar yang dilakukan pada tahun 2004 menunjukkan bahwa 36% dari Wanita agak atau sangat tidak puas dengan berat badan dan bentuk tubuhnya. Selanjutnya, 7% mengidentifikasi bahwa mereka agak atau sangat tidak puas dengan kecantikan mereka. Bagi setiap wanita, kepuasan

tubuh dapat menjadi masalah yang kompleks. Ketidakpuasan akan tubuhnya ini bisa jadi karena selama ini para wanita terpapar media. Dalam media, terutama televisi dan majalah, wanita ditampilkan dengan kecantikan yang diidealkan. Karena adanya sosok yang terdapat di media dan digambarkan dengan sosok wanita tertentu dengan tubuh tertentu dan sering dimunculkan sehingga menjadi sosok yang ideal di mata masyarakat. Dengan demikian, perasaan tidak puas karena tidak merasa seperti yang tampak pada media lama-lama tumbuh dalam perasaan banyak perempuan.

Chen (2016) dalam tulisannya menjelaskan bagaimana kekuatan feminitas di China yang direpresentasikan dalam majalah. Mereka merayakan ketegasan perempuan. Di China sosialis telah merampas dan mengerdilkan perempuan. Sementara itu, kekuatan feminitas bersifat global ketika perempuan menyuarakan berbagai masalah perempuan, termasuk masalah seks. Hal inilah yang dipromosikan dalam majalah hingga menjadi kekuatan tersendiri bagi perempuan.

Dalam National Institute of Mental Health (2007) menyebutkan bahwa ketidakpuasan akan tubuh ini menjadikan para wanita menjadi tidak teratur makan. Masalah ketidakpuasan akan tubuh pada wanita tiga kali lebih besar daripada laki-laki. Ketidakpuasan wanita akan tubuhnya bukan hanya persoalan berat badan. Menurutnya itu hanya satu komponen. Ketidakpuasan itu menjalar pada bentuk wajah dan bentuk tubuh lainnya, pekerjaan, hubungan sosial, dan lain-lain.

Kondisi di atas tidak jauh berbeda dengan di Indonesia. Paparan majalah/media pada perempuan lebih hebat dibandingkan laki-laki. Di Indonesia ada majalah khusus untuk gadis remaja, remaja dewasa, dewasa dan seterusnya. Selain itu, ada majalah-majalah dengan segmen khusus untuk ibu-ibu muda, kesehatan, dan muslimah. Yang semuanya lebih banyak membahas masalah-masalah perempuan

serta menampilkan perempuan yang ideal dari berbagai aspek. Sementara gambaran yang ditampilkan majalah adalah gambaran ideal yang kadang-kadang tidak realistis. Karena paparan gambaran ideal tersebutlah menjadikan banyak perempuan merasa tidak puas dengan tubuhnya dan bagian-bagian lain dari tubuhnya serta lebih jauh kehidupannya.

Sebenarnya apa yang ditampilkan perempuan melalui media tidak lebih dari sebuah interaksi simbolik. Blumer (dalam Veeger, 1993:224-227) mengembangkan lebih lanjut gagasan Mead dengan mengatakan bahwa ada lima konsep dasar dalam interaksi simbolik. Dalam kaitan dengan penelitian ini akan dikemukakan dua yang sejalan, yaitu; (a) Konsep diri (*self*), memandang manusia bukan semata-mata organisme yang bergerak di bawah pengaruh stimulus, baik dari luar maupun dari dalam, melainkan "organisme yang sadar akan dirinya" (*an organism having a self*). Ia mampu memandang diri sebagai objek pikirannya dan bergaul atau berinteraksi dengan diri sendiri. (b) Konsep perbuatan (*action*), karena perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui proses interaksi dengan diri sendiri, maka perbuatan itu berlainan sama sekali dengan gerak makhluk lain selain manusia. Manusia menghadapi berbagai persoalan kehidupannya dengan beranggapan bahwa ia tidak dikendalikan oleh situasi, melainkan merasa diri di atasnya. Manusia kemudian merancang perbuatannya. Perbuatan manusia itu tidak semata-mata sebagai reaksi biologis, melainkan hasil konstruksinya. Dengan demikian, apa yang tampak dalam majalah bukanlah sesuatu yang alamiah, melainkan hasil konstruksi.

Interaksi simbolik yang ditampilkan perempuan sejalan dengan pandangan Thornham (2010:171-199) yang menyebutnya dengan istilah "belanja identitas" yang menyoroti perempuan dan budaya konsumen. Dalam teori budaya feminis, hubungan perempuan dengan konstruksi dan budaya konsumen adalah

persoalan sentral. Perempuan yang sering diidentikkan dengan konsumsi dan media adalah salah satu yang dikonsumsi perempuan. Seperti dikemukakan beberapa penelitian di atas yang menyimpulkan bahwa paparan media pada perempuan sangat tinggi. Thornham dalam tulisannya juga menjelaskan bagaimana yang dikonsumsi itu membentuk identitas perempuan. Majalah *Pesona*, di satu sisi seperti juga majalah-majalah lainnya menawarkan hal yang tidak jauh berbeda dengan majalah lainnya: memasarkan kekuasaan budaya konsumsi di balik jargon “perempuan matang”. Namun, di sisi lain, berusaha menawarkan pembentukan subjek baru bagi para perempuan matang. Perempuan matang diajak untuk membentuk subjek baru melalui berbagai tampilan fesyen dan artikel. Bagian inilah yang kemudian akan menjadi fokus penelitian: pembentukan subjek baru.

Majalah *Pesona* tentu tidak sepenuhnya lepas dari itu karena hal itu merupakan bagian dari strategi pasar. Tidak dapat dihindarkan idealisme semacam di atas tetap menjadi prioritas, tetapi ada semacam “usaha” dari majalah ini untuk lebih realistis. Sebagai contoh model-model yang ditampilkan tidak hanya bertubuh langsing karena perempuan di atas usia 35 tahun sulit sekali mempertahankan kondisi tubuh. Namun, bagaimana menyiasati agar tubuh yang tidak langsing tetap menarik dan tetap sehat. Hal tersebut juga tercermin dalam setiap artikel-artikel yang disajikan. Bukan menghakimi, melainkan memberi beberapa alternatif pemecahan masalah.

Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999 dalam Kretz (2011) menyebutkan bahwa media massa khususnya majalah seringkali menyajikan standar kecantikan yang tidak realistis. Sebuah penelitian menyebutkan ada tiga pengaruh media kaitannya dengan citra tubuh, yaitu (1) paparan media menjadikan banyak perempuan memiliki standar kecantikan seperti yang ada dalam majalah; (2)

kesadaran akan standar umum di masyarakat; dan (3) internalisasi standar tersebut.

Tulisan ini ingin mengeksplorasi bagaimana perempuan matang direpresentasikan dalam majalah *Pesona*. Mengapa “matang” perlu direpresentasikan? Melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan. Seperti yang dikemukakan Hall (2003:17) bahwa representasi adalah bagian yang esensial dalam proses memproduksi makna dan mempertukarkannya antaranggota masyarakat. Dengan kata lain, representasi adalah cara sebuah makna diproduksi. Pemaknaan terhadap sesuatu akan berjalan baik bila kelompok tertentu memiliki suatu latar belakang pengetahuan yang sama sehingga menciptakan pemahaman yang kurang lebih sama. Sejalan dengan pendapat Hall (2003) bahwa berpikir dan merasa merupakan sistem representasi berarti juga memaknai sesuatu. Oleh sebab itu, latar belakang pemahaman terhadap konsep, gambar, dan ide (*cultural codes*) diperlukan.

Hall juga menegaskan pengertian representasi dengan merinci tiga pendekatan untuk menjelaskan bagaimana representasi dari bahasa menghasilkan sebuah makna. Pertama, Pendekatan Reflektif, bahwa makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata. Kedua, Pendekatan Intensional, bahwa penutur bahasa baik lisan maupun tulisan yang memberikan makna unik pada setiap hasil karyanya. Bahasa adalah media yang digunakan oleh penutur dalam mengkomunikasikan makna dalam setiap hal-hal yang berlaku khusus yang disebut unik. Ketiga, Pendekatan Konstruksionis, bahwa pembicara dan penulis, memilih dan menetapkan makna dalam pesan atau karya (benda-benda) yang dibuatnya. Tetapi, bukan dunia material (benda-benda) hasil karya seni dan sebagainya yang meninggalkan makna tetapi manusialah yang meletakkan makna.

Hall juga menegaskan bahwa bahasa berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak diterjemahkan oleh bahasa. Media/majalah sebagai sebuah teks di dalamnya berisi berbagai representasi yang menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok. Barker (2004:8) menyebutkan bahwa representasi merupakan kajian utama dalam *cultural studies*. Representasi menunjuk pada bagaimana dunia dikonstruksikan secara sosial dan disajikan pada khalayak dan khalayak memaknainya dengan pemaknaan tertentu.

Teori Semiotika Saussure seperti yang dijelaskan Bradley (2016) meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilihan antara yang disebut *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier* adalah aspek material, yakni apa yang dikatakan atau apa yang ditulis. Dalam hal ini artikel-artikel dalam majalah merupakan penanda. Sementara *signified* adalah gambaran mental atau pikiran atau konsep dari bahasa itu. Dengan demikian, artikel-artikel dalam *Pesona* merupakan *signifier* dan apa yang dikomunikasikan dalam artikel tersebut adalah *signified*. Dari konsep-konsep itulah pembahasan akan dilakukan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian tentang simbol ini ingin menelisik representasi perempuan matang dalam majalah *Pesona*. Adapun data yang dipilih mulai tahun 2006 sampai 2016. Rentang waktu ini dipilih dengan harapan akan menggambarkan bagaimana dalam kurun waktu tersebut perempuan matang ditampilkan. Metode yang akan dilakukan dalam melihat majalah *Pesona* adalah analisis isi. Metode ini melakukan pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Artinya, bukan hanya yang tertulis dalam majalah seperti berbagai artikel, melainkan juga semua yang tercetak. Dengan kata lain cover atau sampul majalah atau foto-toto yang

terdapat dalam majalah tersebut dapat dijadikan sebagai objek analisis.

Analisis ini dapat digunakan untuk menginterpretasikan semua tindak komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah media massa, seperti surat kabar, berita radio, iklan televisi, majalah, dan semua bentuk dokumentasi. Analisis yang dipelopori oleh Harold D. Lasswell (2010) ini menyarankan untuk mencatat lambang atau pesan secara sistematis yang pada akhirnya semua lambang-lambang tersebut dapat diinterpretasikan. Metode ini hampir sama dengan metode semiotik yang menafsirkan atau menginterpretasikan semua petanda yang hadir dalam setiap yang tertulis dan tercetak dalam majalah.

Metode ini dapat dilakukan bila memenuhi syarat-syarat yang dapat berlangsung proses interpretasi dengan baik, yaitu (1) Data merupakan bahan-bahan yang terdokumentasikan. Majalah adalah data yang sudah pasti terdokumentasikan. Artinya, syarat yang ini sudah mutlak terpenuhi. (2) Ada kerangka pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menjelaskan tentang objek sebagai metode pendekatan terhadap data yang dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan semiotik yang memaknai setiap tanda dalam isi setiap artikel dan pesan yang disampaikan dalam setiap artikel tersebut. Dengan begitu, maksud penelitian untuk melihat kematangan perempuan dalam majalah *Pesona* dari yang tertulis dan tercetak dapat dilakukan.

Adapun langkah-langkah dari penelitian ini adalah memilih satu majalah dari setiap tahun selama 2006-2016. Karena majalah ini majalah bulanan, jadi selama setahun terdapat 12 majalah. Pemilihan majalah dilakukan secara acak asal mewakili tahun yang bersangkutan. Hal ini dilakukan agar tidak ada pertimbangan awal tentang judul-judul artikel. Dengan demikian, hasil analisis tidak akan dipengaruhi asumsi awal. Artikel yang dipilih dalam payung “Tema Bulan ini” agar aktual dengan tema setiap bulan. Pada akhirnya dilakukan analisis

berdasarkan isi dan pesan dari setiap artikel. Tidak ketinggalan analisis akan diawali oleh representasi perempuan dalam sampul majalah dengan pertimbangan sampul majalah merupakan jendela pembuka makna.

C. HASIL DAN BAHASAN

Seperti umumnya majalah perempuan, *Pesona* menampilkan sampul model perempuan yang tentu saja secara fisik cantik dan menarik. Maksudnya, dianggap cantik dan menarik pada masa itu. Bukan hanya itu model sampul juga pada umumnya perempuan-perempuan matang yang berhasil dalam kariernya, berkepribadian baik, dan dikenal luas. Hal ini tidak dapat dihindarkan dalam sebuah industri karena memang segmen pasar akan menjadi pertimbangan, tetapi tetap konsisten menampilkan perempuan matang dengan berbagai prestasinya: ibu, istri, wanita karier, pekerja sosial, seniman mapan, dan segudang prestasi lainnya. Mereka juga tetap menjaga kesehatan dan kebugaran tubuhnya. Di bawah ini beberapa sampul majalah *Pesona*.



Gambar 1: Sampul Majalah *Pesona* menampilkan perempuan matang, sukses, dan berkarier sesuai *passion*-nya.

Dalam gambar di atas menampilkan perempuan yang menjadi model sampul majalah *Pesona*. Ketiganya adalah wanita matang yang dikenal luas dengan berbagai prestasi yang membanggakan pada bidangnya masing-masing. Najwa Shihab seorang reporter yang keandalannya sudah tidak diragukan lagi. Punya acara bincang-bincang sendiri dan melalui acaranya ini terlihat bagaimana ketajaman dan kekritisannya dalam melihat dan mengupas berbagai persoalan aktual. Berbagai penghargaan telah diraihnya. Hal ini membuktikan konsistensi dan keseriusan dari pilihan kariernya hingga mengantarkannya pada berbagai prestasi. Begitupun gambar kedua artis dan penyanyi Yuni Shara, konsistensi dan keseriusannya dalam berkarier menjadikannya menjadi penyanyi papan atas negeri ini. Pilihannya untuk menyanyikan lagu-lagu lawas menjadikan

ciri khas Yuni Shara. Gambar ketiga Artika Sari, mantan puteri Indonesia yang kini menjadi pengusaha. Dia pernah mewakili Indonesia ke ajang pemilihan puteri dunia Miss Universe di Thailand dan menjadi satu-satunya wanita Asia yang masuk 15 besar. Selain itu juga Artika tetap menempuh pendidikan tinggi.

Ketika perempuan yang menjadi model sampul adalah gambaran bahwa perempuan-perempuan matang yang ditampilkan kesemuanya mempunyai prestasi pada bidangnya masing-masing. Bukan prestasi yang main-main, tetapi buah dari konsistensi dan keseriusannya berkerja. Di samping itu juga, mereka adalah orang-orang yang telah melewati kehidupan dengan baik. Bila mereka berkeluarga, mereka pun mengurus keluarga dengan baik. Bila mereka orang tua tunggal juga telah berhasil menjalankan perannya dengan baik. Dengan kata lain, mereka adalah para perempuan yang telah berhasil mengarungi berbagai liku-liku kehidupan. Yang menarik, tampilan mereka tetap terawat dan tertata. Inilah yang ingin ditampilkan *Pesona* dengan motonya: *life-inspiration-passion*. Mereka adalah orang-orang yang menikmati hidup, mampu menginspirasi, dan berhasil karena *passion*-nya. Semangat ini yang ingin disebarakan majalah *Pesona*. Namun, tidak dapat menutup mata bahwa majalah di mana pun adalah konsumsi kelas menengah atas kota, bukan konsumsi semua kalangan. Hal ini berbeda dengan televisi. Media Televisi, adalah salah satu media massa elektronik yang paling kuat dalam memengaruhi penonton secara psikologi. Karena televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki sifat spesifik yaitu audio visual. Secara ekonomi juga televisi lebih murah daripada majalah, dinikmati lebih banyak orang secara massal. Majalah harus dibeli secara berkala, dinikmati atau dibaca oleh perseorangan dan harus meluangkan waktu membaca khusus. Inilah yang menyebabkan majalah lebih eksklusif.

Majalah *Pesona* yang terbit setiap bulan ini membagi rubrik dan artikel dalam payung-payung: Tema Bulan Ini, Fashion and Beauty, Features, Persona, Lifestyle, Yang Tetap. Yang akan dijadikan objek analisis adalah “Tema Bulan ini”. Artikel-artikel yang ada di bawah payung Tema Bulan Ini biasanya terdiri atas empat sampai tujuh artikel. Setiap artikel berhubungan atau mendukung tema utama. Di bawah ini disusun judul-judul artikel yang menjadi tema utama. Adapun pengambilan sampel dilakukan secara acak. Diambil satu majalah dari setiap tahun terbitan mulai tahun 2006-2016, tetapi saya kehilangan jejak untuk mendapatkan *Pesona* Edisi tahun 2008-2009. Dari rangkaian judul-judul artikel di bawah ini masih bisa dianalisis benang merahnya sekaligus tidak mengganggu kehilangan dua tahun terbitan. Asumsinya beberapa-tahun sesudah dan sebelumnya masih menunjukkan kecenderungan yang sama.

Tabel 1: Tema dan Judul-Judul Artikel dalam Majalah *Pesona*

Tema dan Tahun Terbit	Judul Artikel untuk Setiap Tema
Tema Bulan Ini: Tambah Usia Makin Cemerlang Oktober 2010	a. Ratu Pesta: Tampilkan sisi extravaganza Anda, jadilah ratu pesta. b. “Nekat” Tak Pandang Usia: Dengan sedikit “kenekatan”, wujudkan mimpi-mimpi yang tertunda. c. Seafood Fiesta: Buatlah kejutan dengan menggelar pesta seafood berkelas bintang lima.
Tema Bulan Ini: Menyambut Liburan Mei 2011	a. <i>Scarves Effect</i> : Trik bermain scarf, tambah gaya saat berlibur. b. <i>Your Holiday Must-</i>

	<p><i>haves!</i>: Aksesoris wajib bawa saat bepergian.</p> <p>c. Liburan itu Perlu: Banyak opini soal liburan. Bagaimana pendapat Anda?</p> <p>d. 7 Tip Liburan Senang Bebas Masalah: Kuncinya persiapkan keuangan sebelum dan sesudah liburan.</p> <p>e. Perjalanan untuk Jiwa: Tak hanya untuk bersenang-senang, liburan juga bisa digunakan untuk mengasah sisi spiritualitas.</p>		<p>b. Ayo, Sekolah Lagi!: Kembali ke bangku kuliah bersama sahabat, menambah ilmu dan mempererat persahabatan.</p> <p>c. Merajut Kehangatan: Ke Prancis tanpa harus terbang, nikmati kuliner Itali bersama teman-teman.</p> <p>d. Inilah Kompas Hidup Kami: Bukan sekadar kumpulan kata, motto bisa jadi tameng untuk menghadapi liku-liku hidup.</p> <p>e. Arisan Masa Kini Makin Hot!: Silaturahmi lewat arisan, uang bukan tujuannya.</p>
<p>Tema Bulan Ini: Ibu dan Tantangan Zaman Desember 2012</p>	<p>a. Tak Perlu Lagi Serba Bisa: Di tengah kepingan masalah sosial yang bertubutubi, pilihan yang rasional adalah menjadi ibu lebih cerdas.</p> <p>b. Benci Tapi Rindu: Jangan lupa ibu juga manusia Biasa yang punya kelemahan dan sisi gelap.</p> <p>c. Menjadi ibu yang “sadar”: Menjadi ibu yang sempurna tidak menjamin anak menjadi seperti yang kita inginkan. Sebuah tulisan untuk introspeksi diri.</p> <p>d. Bukan ibu biasa: Di pundak kedua wanita tersampir tugas negara dan keselamatan banyak orang.</p>	<p>Tema Bulan Ini: <i>Thinking Fashion</i> November 2014</p>	<p>a. “Seruan Zaman”: Perubahan politik, sosial, budaya, ekonomi memengaruhi trend fashion.</p> <p>b. Fashion tanpa Polusi: Dari sehelai kain ada rahasia yang mengancam lingkungan hidup.</p> <p>c. <i>What Are What You Wear</i>: Fashion merupakan bentuk ekspresi diri. Temukan jati diri dan gaya hidup Anda lewat kuis fashion.</p> <p>d. 2 Bintang Baru: Riana Bismarak dan Nonita Respati, dua wanita inspiratif yang merambah dunia mode Indonesia.</p>
<p>Tema Bulan Ini: <i>Amazing Sisterhood</i> Oktober 2013</p>	<p>a. Tumbuh Bersama Sahabat: Hidup tanpa sahabat bisa memicu depresi dan bunuh diri.</p>	<p>Edisi Ini November 2015</p>	<p>a. Desi Anwar: Malang Melintang sebagai Jurnalis Televisi.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> b. Usia Hanyalah Angka: Tak perlu takut tua- jadi tua bukan tidak bisa eksis. c. Para Perempuan Pembela Kebenaran: Menjadi penguak misteri pelaku dunia kriminal. d. <i>Changing The Zone</i>: Tantangan Kemampuan Anda sebagai atasan Baru.
April 2016	<ul style="list-style-type: none"> a. Mencintai ala Tio Pakusadewo: Cinta membuat nama aktor senior ini masih tetap bersinar hingga kini. b. Pangan lokal Ramah bumi: Kisah perjalanan sayuran Anda dengan konsep <i>farm to table</i>. c. 3 Pionir Boga: Mereka Berjuang agar Pangan Lokal Bisa Berjaya di rumah sendiri. d. 1001 gejala Emosi Wanita Matang: Bertambahnya usia menjadi sebuah kebebasan baru bagi kita.

Seperti ditulis dalam uraian dalam Facebook *Pesona* bahwa “Majalah bagi wanita matang dan mapan dalam memperoleh info gaya hidup, kesehatan, dan keluarga”. Dengan demikian, menjadi jelas segmen pasar yang dituju adalah wanita matang dan mapan. Yang dimaksud matang tentu saja berkaitan dengan usia, yaitu 35 tahun ke atas dan dalam berpikir atau bertindak, sedangkan mantap berkaitan dengan karier (bagi wanita karier), kemapanan berkeluarga, atau emosi sudah stabil -tidak sedang mencari identitas diri lagi.

Namun, manusia dalam semua jenjang usia memiliki problemanya sendiri-sendiri. Bukan berarti usia matang dan mapan sudah tidak memiliki masalah lagi bahkan mungkin sebaliknya. Secara umum artikel-artikel yang muncul berkaitan dengan memperlambat proses penuaan dan kiat-kiat tetap bahagia pada usia matang. Bagi yang berkeluarga dan memiliki anak, problema yang dihadapi bersangkutan dengan anak yang mulai remaja dan dewasa. Selain itu, tidak jarang problema rumah tangga justru muncul pada usia matang dan perceraian sesuatu yang harus dipilih untuk menyelamatkan kesehatan mental masing-masing. Bagi yang masih memiliki orang tua sudah berusia senja, problematika mengurus orang tua apalagi kurang sehat merupakan masalah tersendiri pula. Selain itu, pada usia matang kondisi kesehatan sudah tidak prima lagi, masalah-masalah gangguan kesehatan pada usia matang juga menjadi perhatian dalam artikel-artikel *Pesona*.

Sebelum analisis dilakukan pada berbagai artikel, terlebih dahulu akan dianalisis perempuan yang ditampilkan dalam sampul majalah

Dari hasil analisis atas artikel-artikel yang menjadi tema setiap bulan diperoleh klasifikasi sebagai berikut:

1. Representasi Kematangan dalam Menentukan Pilihan

Dari artikel-artikel yang disajikan dalam tema setiap bulannya dapat diklasifikasikan tentang representasi perempuan yang matang dalam menentukan pilihan. Yang dimaksud matang di sini berkaitan dengan pilihan dan keputusan bijak yang lebih rasional. Pilihan rasional disampaikan pada artikel dengan judul “Tak Perlu Lagi Serba Bisa: Di tengah kepungan masalah sosial yang bertubi-tubi, pilihan yang rasional adalah menjadi ibu lebih cerdas”. Dalam artikel ini perempuan tidak harus menjadi *superwomen* yang mengerjakan semua pekerjaan rumah, mengurus anak, mengurus suami, dan pekerjaan sekaligus. Bila tugas-tugas bisa didelegasikan pada

asisten misalnya, mengapa tidak. Artikel ini mengajak para perempuan untuk rasional dalam melakukan berbagai peran.

Hal senada ditegaskan juga oleh artikel lainnya yang berjudul “Menjadi ibu yang ‘sadar’: Menjadi ibu yang sempurna tidak menjamin anak menjadi seperti yang kita inginkan, sebuah tulisan untuk introspeksi diri”. Artikel ini saling melengkapi dengan artikel sebelumnya. Bila dalam artikel sebelumnya perempuan diajak rasional untuk berbagi pekerjaan, dalam artikel ini perempuan diajak untuk rasional dan tidak muluk-muluk. Dengan judul yang cukup ironis perempuan disadarkan bahwa ibu yang sempurna tidak menjamin menghasilkan anak yang sempurna pula. Artikel ini bukan melarang perempuan untuk menjadi ibu yang sempurna, melainkan memberi pemahaman bahwa target-target hidup haruslah rasional dan tidak muluk-muluk. Hal ini demi untuk kesehatan jiwa dan mental perempuan itu sendiri.

Namun, di sisi lain perempuan matang ditantang untuk pembuktian-pembuktian diri dengan melakukan hal-hal yang menjadi impian, tetapi belum sempat dilakukan karena kesibukan-kesibukan lain. Bila para perempuan memiliki mimpi yang tertunda, seperti misalnya keliling dunia bersama pasangan atau sendiri saja, melanjutkan sekolah lagi, menekuni hobi yang belum sempat terwujud, dan lain-lain. Saat inilah hal tersebut bisa diwujudkan. Tentu saja dengan catatan bahwa masalah finansial sudah bukan urusan lagi. Perempuan, melalui artikel ini, ditantang untuk pembuktian diri dengan pilihan-pilihan hidup yang lebih berani supaya hidup tidak monoton dan penuh variasi. Dengan itu semua, gairah baru merawat hidup lebih sehat dan lebih bermakna.

Kematangan menentukan pilihan juga ditunjukkan dengan artikel yang mengajak untuk sekolah lagi. Melalui artikel berjudul “Ayo, Sekolah Lagi!:. Kembali ke bangku kuliah bersama sahabat, menambah ilmu dan mempererat persahabatan” bukan hanya menyegarkan

kembali ilmu yang pernah diperoleh dulu ketika kuliah, tetapi juga sekaligus memacu adrenalin baru dengan bertemu lingkungan baru, teman-teman baru, dan tantangan baru.

2. Representasi Kematangan Emosi

Wanita di atas 35 tahun atau dalam hal ini disebut wanita matang diharapkan identik juga dengan kematangan emosi. Hal ini juga tercermin dalam artikel-artikel yang merepresentasikan kematangan emosi tersebut. Namun, tidak sedikit artikel-artikel yang juga menyarankan, memberi tips, mengajak agar memiliki emosi yang lebih matang. Artikel yang berjudul “Arisan Masa Kini Makin Hot!:. Silaturahmi lewat arisan, uang bukan tujuannya” misalnya menunjukkan bahwa wanita matang sudah matang pula dalam emosi termasuk pandangannya pada hal-hal duniawi (uang). Dalam artikel tersebut, arisan bukan sarana untuk mengumpulkan uang, melainkan lebih dari itu. Uang bukan lagi sesuatu yang utama. Ada hal yang lebih esensial dari sekadar uang, yaitu silaturahmi. Tentu saja artikel ini dimaksudkan untuk para perempuan matang yang tidak ada masalah dengan keuangan.

Artikel sejalan dengan argumentasi di atas dikuatkan oleh artikel yang lain dengan judul “Tumbuh Bersama Sahabat: Hidup tanpa sahabat bisa memicu depresi dan bunuh diri”. Tulisan ini seolah-olah saling melengkapi bahwa hidup itu perlu bersosialisasi. Dalam tulisan tersebut dijelaskan bahwa seseorang yang tidak memiliki sahabat akan merasa depresi (tertekan) bahkan keadaan ini memicu untuk orang bunuh diri. Dalam artikel ini dijelaskan bahwa hidup yang sehat dan bahagia bukan melulu masalah uang dan pencapaian, melainkan ada yang jauh lebih berharga adalah sahabat-sahabat yang siap berbagi. Selain sahabat, hidup juga memerlukan motivasi. Artikel yang berjudul “Inilah Kompas Hidup Kami: Bukan sekadar kumpulan kata, motto bisa jadi tameng untuk menghadapi liku-liku hidup” adalah salah satu sumber motivasi.

Kata-kata/bahasa dapat menyihir orang untuk melakukan sesuatu. Bila hidup merasa jatuh atau terpuruk, atau perlu penyemangat, kata-kata bisa dijadikan obat untuk itu semua. Dengan kata-kata diharapkan kematangan emosi dapat terbangun.

Di sisi lain, kematangan emosi dapat dibangun dengan berlibur atau berwisata. Artikel yang berjudul "Perjalanan untuk Jiwa: Tak hanya untuk bersenang-senang, liburan juga bisa digunakan untuk mengasah sisi spiritualitas". Perempuan diajak merenungi kembali esensi piknik yang bukan sekadar untuk bersenang-senang atau melepas lelah. Ada banyak sisi yang bisa membangkitkan sisi spiritualitas orang yang melakukannya. Berpergian ke tempat-tempat ibadah atau menikmati keindahan alam menjadikan rasa syukur semakin meningkat dan mendekatkan diri pada-Nya. Hal ini juga dikaitkan dengan artikel "Puasa: Kesediaan untuk mengurangi kesengsaraan orang lain diuji setiap hari". Ibadah puasa dalam artikel ini dijadikan sarana yang tepat untuk pengendalian emosi dan meningkatkan kualitas emosi. Kualitas emosi juga dikaitkan dengan makanan dalam artikel "Hidangan Duniawi Sajian Spiritual: Energi justru timbul saat tubuh tak perlu kerja keras mengolah makanan" yang membahas bahwa tidak terlalu banyak makan alias puasa sangat baik untuk meningkatkan kualitas emosi.

Namun, tak urung emosi perempuan matang juga punya gejalanya sendiri. Oleh sebab itu, artikel yang berjudul "1001 gejalak Emosi Wanita Matang: Bertambahnya usia menjadi sebuah kebebasan baru bagi kita" menginformasikan pada perempuan matang bahwa ada banyak gejalak emosi yang perlu dipahami oleh para perempuan matang. Ini perlu disadari agar lebih bisa mengendalikan diri dan emosi. Namun di sisi lain dijelaskan bahwa bertambahnya usia makin berkurangnya beban kehidupan: anak sudah dewasa, ekonomi dan karir sudah mapan, keinginan-

keinginan sudah tercapai ada kebutuhan-kebutuhan lain yang bukan lagi kebendaan, melainkan lebih dari itu: ketenangan, kebahagiaan, aktualisasi diri.

3. Representasi Perempuan Mandiri, Berhasil, dan Inspiratif

Selain artikel-artikel yang merepresentasikan perempuan yang matang dalam menentukan pilihan dan juga mengelola emosi, ditampilkan pula perempuan-perempuan berhasil yang dapat menginspirasi sesama. Keberhasilan yang ditampilkan berbeda-beda: keberhasilan mengurus anak yang memiliki kekurangan, keberhasilan dalam usaha, dan keberhasilan dalam karir atau pekerjaan. Pada umumnya perempuan yang dijadikan berita memiliki kemandirian hingga mengantarnya pada keberhasilan. Selain itu, mereka biasanya memiliki keunikan tersendiri baik dalam pekerjaan yang pilih atau karakter yang ditampilkan. Misalnya artikel "2 Bintang Baru: Riana Bismarak dan Nonita Respati, dua wanita inspiratif yang merambah dunia mode Indonesia" mengangkat dua wanita yang menjadikan bisnis kain menjadi mendunia. Kain yang dijadikan bahan untuk membuat baju memiliki keunikan sendiri. Noni Respati menjadikan jumputan sebagai motif utama. Namun, jumputan hasil rancangan Noni mempunyai keunikan baik dari warna, komposisi, dan tampilan. Yang lebih unik ketika jumputan tersebut sudah menjadi baju. Lain lagi dengan artikel "3 Pionir Boga: Mereka Berjuang agar Pangan Lokal Bisa Berjaya di rumah sendiri" yang bukan sekadar berbisnis makanan, tetapi menjadikan makanan lokal Berjaya di kancah nasional dan internasional. Dari kedua artikel tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis yang diusung bukan sekadar bisnis, melainkan ada misi penting: mengangkat budaya Indonesia, memodernisasi yang lokal, dan bekerja dengan hati, bukan semata-mata keuntungan finansial.

Perempuan inspiratif lainnya ditampilkan melalui seorang ibu rumah tangga. Dalam artikel yang berjudul

”Keajaiban Cinta bagi Pianis Berjari Empat He Ah Lee: Kasih sayang ibu menyulap kekurangan menjadi ‘kelebihan’“ menunjukkan bahwa seorang anak yang cacat dengan hanya empat jari menjadi berhasil berkat didikan sang ibu yang luar biasa. Kegigihan sang ibu menghadapi mental anak yang jatuh bangun merupakan inspirasi bagi para ibu yang memiliki anak yang tidak sempurna secara fisik. Selain ibu-ibu yang berhasil mengantarkan anak pada keberhasilan dan pencapaian, ditampilkan juga perempuan-perempuan yang berkarier dan dengan bakatnya kemudian menempati posisi puncak. Seperti dalam artikel “Desi Anwar: Malang Melintang sebagai Jurnalis Televisi” membahas seorang jurnalis yang berhasil karena memang mengikuti apa yang dimauinya dengan kegigihan yang luar biasa. Hal ini memberi pelajaran bagi para perempuan bahwa mengikuti *passion* dengan kesungguhan akan mengantarkan pada pencapaian yang maksimal. Bagi perempuan-perempuan yang sudah pada posisi puncak juga diberikan banyak tips agar mengetahui tantangan sekaligus peluang pada posisi puncak. Contohnya, artikel “Changing *The Zone*: Tantangan Kemampuan Anda sebagai atasan baru”.

4. Representasi Problematika Usia Matang

Dalam hampir setiap terbitan *Pesona* menampilkan problematika usia matang. Apa yang akan terjadi pada usia matang, mengapa hal itu dapat terjadi, dan bagaimana menyikapinya. Misalnya artikel “Usia Hanyalah Angka: Tak perlu takut tua- jadi tua bukan tidak bisa eksis” merupakan kekhawatiran hampir semua orang. Menjadi tua itu menakutkan lebih-lebih merasa tidak berguna. Artikel di atas merupakan “obat” untuk penawar rasa ketakutan tersebut sekaligus diajak untuk mengalihkan perhatian pada fokus yang lain. Selain itu juga memberikan tips-tips yang bisa dilakukan bahwa manusia bisa berguna di segala usia.

Menjadi tua juga berarti mulai memperhatikan kesehatan karena berbagai penyakit akan datang menghampiri. Salah satu penawarnya dengan berpuasa, seperti yang disebutkan dalam artikel “Tetap Puasa Walau Sakit: Penyakit diabetes, kolesterol, maupun hipertensi, teratasi berkat puasa”. Selain masalah kesehatan juga masalah anak. Masalah pendidikan anak merupakan masalah khas orang tua. Artikel tentang itu, misalnya, “Ngobrol Soal Pendidikan Anak: Berbagai Pengalaman dalam merencanakan sekolah anak”. Sebaliknya menjadi matang juga harus realistis. Jangan berharap untuk mengubah pasangan atau mengembalikan pasangan seperti dulu. Artikel “Kembalikan Suamiku Seperti Dulu...”

5. *Life-Inspiration-Passion* dalam *Pesona*

Di bawah ini akan dianalisis artikel-artikel yang mewakili motto majalah, yaitu: *Life-Inspiration-Passion*. Masing-masing akan dibahas tiga artikel di bawah payung judul tersebut. Bagian ini ingin menunjukkan bagaimana setiap motto terejawantah dalam artikel atau berita. Pertama, motto *life* yang berarti hidup. Secara umum artikel-artikel di bawah payung *life* adalah bagaimana memaknai dan menikmati hidup sekaligus bagaimana mengisi hidup agar lebih bermakna. Berikut tiga artikel yang akan dijadikan objek analisis, yaitu (1) “Kenapa Anda Perlu Detoks Media Sosial?” dalam artikel ini dijelaskan lima tips bagaimana memanfaatkan media sosial dengan cerdas. Media sosial yang tidak mendatangkan manfaat atau jarang digunakan sebaiknya disiangi. Penulis menyarankan agar memaksimalkan betul-betul yang dibutuhkan. Hal ini akan meningkatkan optimalisasi media sosial tersebut. Dijelaskan pula bahwa terlalu banyak media sosial menjadikan perhatian terhadap tubuh menjadi berkurang dan menjadikan seseorang kurang peka terhadap tubuhnya.

Artikel kedua berjudul “Tolak Stress dengan Pendekatan Spiritual”. Ini kisah

seorang dokter anak, Dr. Tiwi, yang siap sedia melayani pasien selama 24 jam di Rumah Sakit Bunda yang menyebabkannya mudah stress. Belum lagi harus melakukan *roadshow* ke kota-kota di Indonesia. Namun, dia punya cara ampuh untuk menangani stress tersebut, seperti yang diungkapkannya, "Namun saya memiliki cara untuk mengatasi ini, yakni dengan berprinsip bahwa apa yang sudah terjadi anggap saja sudah menjadi jalan yang terbaik," ungkapnya. Cara terbaik lain Dr. Tiwi mengusir stres adalah berpasrah diri kepada yang Maha Kuasa. "Jalani hidup ini dengan apa adanya, dan selalu meminta Tuhan untuk membantu saya menerima suatu kondisi yang memang sudah tidak bisa diubah keadaannya," katanya. Dr. Tiwi juga berdoa di setiap kesempatan. Dengan begitu, ia meyakini bahwa Tuhan memberikan ketenangan dan kedamaian diri yang membuatnya lebih relaks dan segar. "Bila sudah terlalu jenuh, saya harus ke kampung halaman di Bali untuk mengembalikan suasana hati." Bagaimana sikap seseorang terhadap hidup adalah jalan pilihan untuk kebahagiaan.

Begitu pun artikel ketiga yang berjudul "Astrid Ariani Wijana Mengembangkan Ilmu Melalui *Traveling*" memaknai hidup dengan belajar dari apa yang dia tekuni. Dia yakin setiap negara yang dikunjungi memberinya ilmu dan pengalaman yang berharga. Ilmu tentang budaya terus bertambah seiring bertambahnya negara yang didatangi. Dia menyebutkan tempat-tempat menarik dari tempat yang dia kunjungi berikut hal-hal unik di tempat-tempat tersebut.

Motto "Inspiration" berisi berbagai artikel yang dapat menginspirasi. Mulai dari mode pakaian sampai makanan apa yang patut dihidangkan dalam suasana tertentu. Berikut akan dianalisis tiga artikel. Artikel-artikel tersebut berjudul: "8 Motif Grafis Seru dari Runway Dunia", "4 Makanan dan Minuman untuk Meningkatkan Energi", dan "Ketika Anda Tak Berhenti Belajar Jadi Orang Tua".

Ketiga artikel menginspirasi pembaca untuk mencoba mode baju dengan motif garis-garis, mencoba makanan-makanan yang dapat meningkatkan energi, serta artikel inspiratif bagaimana untuk tidak pernah berhenti belajar menjadi orang tua. Ketiga artikel ini memberi inspirasi pada pembaca tentang berbagai hal dalam kehidupan. Baik yang menunjang penampilan, maupun cara berpikir dan bertindak. Sebetulnya banyak artikel yang "mengukuhkan" sesuatu yang sebenarnya sudah diketahui umum. Pengukuhan menjadi penting karena dua hal, (1) membenaran atas tindakan yang sudah atau sedang dilakukan, (2) pendorong untuk melakukan tindakan tersebut. Setiap orang membutuhkan keduanya untuk meyakinkan bahwa apa yang dilakukannya tidak keliru.

Motto "passion" terwujud dalam contoh tiga artikel berikut "Lie Fhung dan Lansekap Jiwanya", "Nani Zulminarni Melawan Diskriminasi Gender", dan "Dewi Lestari Menghidupkan Cerbung Lewat Aroma Karsa". Ketiga artikel ini merupakan keberhasilan orang karena mengerjakan sesuatu berdasarkan passionnya. Lie Fhung adalah seniman keramik lulusan terbaik FSRD ITB, dia mengabdikan hidupnya pada keramik. Baginya setiap kesulitan-kesulitan yang dia harus taklukkan saat membentuk keramik adalah kebahagiaan tersendiri. Karyanya merupakan sebuah dokumen. Seperti dikatakannya, "Karya-karya menjadi semacam dokumentasi. Penyesalan bahwa ia sanggup keluar dari berbagai pengalaman sulit yang pernah dialami. Karya saya ialah pengkristalan atau rekaman diri saya dalam berproses dengan pengalaman-pengalaman tak terduga yang pernah terjadi dalam hidup".

Artikel berikutnya tentang perjuangan Nani Zulminarni yang berusaha memperjuangkan kesetaraan gender. Usaha ini karena kisah hidup yang menimpa dirinya harus membesarkan ketiga anak laki-lakinya sendirian. Kondisi ini

memberikan penyadaran bagaimana perempuan diposisikan dan dipandang di tengah-tengah masyarakat. Dia memberikan edukasi kepada para perempuan khususnya dan masyarakat pada umumnya bahwa ada ketidakadilan cara pandang pada perempuan. Artikel ketiga, Dewi Lestari yang mengikuti passionnya sebagai penulis. Passionnya ini yang telah mengantarkannya menjadi penulis ternama Indonesia bahkan buku-bukunya dijadikan film dan disukai masyarakat. Ketiga artikel tersebut menunjukkan bahwa passion yang diikuti, ditekuni, dan diperjuangkan akan mendatangkan bukan hanya materi tapi kebahagiaan dalam menjalaninya karena sesuai dengan panggilan jiwa.

Dari pembahasan atas artikel-artikel dalam majalah *Pesona* yang menarik adalah bagaimana alternatif pemecahan masalah diberikan. Sebagai contoh artikel yang berjudul "7 Hal yang Membuat Anda Sulit Berhemat". Dari judulnya bukan menyuruh bagaimana caranya agar berhemat, melainkan menganalisis mengapa berhemat itu bukanlah hal yang mudah. Ini hanya salah satu contoh bahwa artikel-artikel yang disajikan bukan dibuat untuk menghakimi atau menyalahkan, tetapi lebih pada menyadarkan dan memberi alternatif solusi. Contoh lain misalnya dalam artikel "8 Cara Menghindari Stres dalam Pernikahan". Dari judulnya sudah mengimplikasikan bahwa pernikahan itu tidak melulu cerita bahagia dan romantis. Dari judulnya menunjukkan bahwa dalam pernikahan ada banyak stres. Oleh sebab itu, artikel ini sudah menyadarinya sejak awal hingga diberikan semacam solusi bagaimana untuk menghindari stres dalam pernikahan tersebut. Dalam artikel lain yang berbicara tentang perceraian misalnya, kata-kata yang dipilih bukan menyalahkan atau menghakimi kalau perceraian itu adalah keputusan salah, tetapi justru memberi alternatif cara pandang dalam melihat keputusan seseorang mengapa harus bercerai. Yang

terpenting adalah memberi dukungan atas alternatif yang telah dipilih. Menurut saya, cara pandang yang "open mind" seperti ini yang perlu dibangun dalam sebuah majalah. Dengan begitu majalah punya tugas mendidik masyarakat untuk berpikiran terbuka, kritis, dan menghargai setiap pilihan atau keputusan orang.

D. PENUTUP

Dari hasil analisis atas artikel-artikel dalam majalah *Pesona* diperoleh empat klasifikasi yang menunjukkan bagaimana perempuan matang direpresentasikan, yaitu: representasi kematangan dalam menentukan pilihan, representasi kematangan emosi, representasi perempuan mandiri, berhasil, dan inspiratif, dan representasi problematika usia matang. Keempatnya dimaksudkan untuk menjadi refleksi bagi para perempuan matang sekaligus juga referensi atau alternatif cermin kehidupan.

Kematangan dalam menentukan pilihan disertai dengan berbagai alternatif konsekuensi dan tanggung jawab yang akan diterima dan bagaimana menghadapinya. Menghadapi dengan bijaksana setiap kemungkinan dari sebuah keputusan yang diambil merupakan bentuk representasi temuan berikutnya, yaitu: kematangan emosi. Representasi perempuan mandiri ditunjukkan oleh berbagai keberhasilan perempuan dalam berkarier hingga mencapai posisi tertentu atau yang mandiri dalam menjalankan roda keluarga: sebagai orang tua tunggal, sebagai pencari nafkah tunggal karena pasangan ditimpa berbagai persoalan. Hal ini kemudian yang menjadi inspirasi bagi yang lainnya. Keempat adalah representasi problematika usia matang terbagi atas dua, yaitu dengan diri sendiri dan dengan orang di sekitar. Problematika dengan diri sendiri meliputi: kesehatan dan kecantikan. Yang berasal dari lingkungan sekitar biasanya dari anak, orang tua, dan pasangan. Secara umum lebih dititikberatkan pada bagaimana mengelola diri dan emosi agar

hidup tertata dan bahagia walaupun usia tidak muda lagi.

Selain keempat temuan yang diperoleh dari analisis atas artikel-artikel selama sepuluh tahun juga dianalisis siapa-siapa yang dijadikan model sampul majalah *Pesona* dan terakhir analisis atas motto majalah tersebut: *Life-Inspiration-Passion*. Hal ini terejawantah dalam artikel-artikel yang mewakili ketiga motto tersebut. Motto “life” diwakili oleh artikel-artikel yang mengajak mengisi dan menikmati hidup serta membuat hidup lebih penuh makna. Motto “inspiration” diwujudkan oleh artikel-artikel yang berisi berbagai hal yang dapat menginspirasi: mulai dari mode busana sampai makanan. Motto “Passion” diwujudkan dalam artikel yang berisi semua keberhasilan yang diraih karena konsisten dengan *passion* yang dipilih. Dengan demikian, apa yang disajikan *Pesona* merepresentasikan perempuan matang: yang sudah mengalami berbagai liku hidup, bagaimana menyikapi atau menyelesaikannya, dan bagaimana belajar bahagia dalam setiap kondisi, serta tahu apa yang menjadi kekuatannya hingga hal tersebut menjadikan sumber penghidupan.

Dengan demikian, interaksi simbolik yang ada dalam media, khususnya majalah *Pesona*, sejalan dengan yang dikemukakan Blumer yaitu Konsep diri (*self*), memandang manusia bukan semata-mata organisme yang bergerak di bawah pengaruh stimulus, baik dari luar maupun dari dalam, melainkan “organisme yang sadar akan dirinya” (*an organism having a self*). Ia mampu memandang diri sebagai objek pikirannya dan bergaul atau berinteraksi dengan diri sendiri.

DAFTAR SUMBER

1. Tesis dan Jurnal

Kretz, Valerie. 2009.

Perceived Reality of Images of Women in Magazines. Tesis.

Marquette University.

Chen, Eva. 2016. “Power Femininity” and Popular Women’s Magazines in China” *International Journal of Communication* 10 (2016), 2831–2852.

National Chengchi University, Taiwan.

Zotos, Yorgos C. and Eirini Tsihla. “Female Stereotypes in Print Advertising: A Retrospective Analysis”.

Procedia Social and Behavioral Sciences 148 (2014) 446 – 454.

2. Buku

Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies*.

Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Hall, Stuart. (2003). “The Work of Representation” dalam *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Ed. Stuart Hall. London: Sage Publication.

Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Thornham, Sue. (2010). *Teori Feminis dan Cultural Studies: Tentang Relasi yang belum terselesaikan*. Yogyakarta: Jalasutra.

Veeger, K.J. (1993). *Realitas sosial: Refleksi filsafat sosial atas hubungan individu masyarakat dalam cakrawala sejarah sosiologi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

3. Internet

Bradley, Steven. 2016 “An Introduction To Semiotics — Signifier And Signified” in *web-design/semiotics-signifier-signified/*.

National Institute of Mental Health. (2007, February 9). *Study Tracks Prevalence of Eating Disorders*. Retrieved February 16, 2010, from National Institutes of Health: <http://www.nimh.nih.gov/science-news/2007/study-tracks-prevalence-of-eating-disorders.shtml>

4. Majalah

Pesona, Oktober 2010/No. 10 Tahun VIII.

Pesona, Mei 2011/No.5 Tahun IX.

Pesona, Desember 2012/No. 12 Tahun X.

Pesona, Oktober 2013/No. 10 Tahun XI.

Pesona, November 2014/No. 11 Tahun XII.

Pesona, November 2015/No. 11 Tahun XIII.

Pesona, April 2016/No.4 Tahun XIV.