

JOURNAL
COMMUNICATIONSPECTRUM
Capturing New Perspectives in Communication

Penasihat

Dr. Dudi Rudiyanto, S.E, M.Si.

Penanggung Jawab

Suharyanti, MSM

Ketua Dewan Penyunting

Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

Dewan Penyunting

Dessy Kania, MA
Bambang Sukma Wijaya, M.Si.
Dianingtyas M. Putri, M.Si.
Mirana Hanathasia, MMediaPrac
Aryo Subarkah Eddyono, M.Si.

Sekretaris

Asri Mulyani, S.Si.

Pracetak

UB Press

Sirkulasi

Salman
Suroto

Alamat Redaksi

Redaksi Journal Communication Spectrum
Kampus Universitas Bakrie
Jl. HR Rasuna Said Kav.C-22, Kuningan
Jakarta Selatan 12920
Telp: 021-526 1448 ext. 231 | Faks: 021-526 3191
E-mail: comm-spectrum@bakrie.ac.id
<http://jurnal.bakrie.ac.id>

REPRESENTASI FEMINISME DALAM MEDIA UNTUK PRIA *TALKMEN.COM*

Sintya Winarsih dan Dianingtyas Murtanti Putri

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
Jl. HR Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan, 12920
E-mail: sintyaw22@gmail.com dan dianingtyas.putri@bakrie.ac.id

Abstrak

Manusia saat ini disebut sebagai manusia informasi, di mana manusia mendapatkan berbagai informasi dalam berbagai kemasan yang beraneka ragam. Informasi yang disajikan semakin berkembang, disesuaikan juga dengan kebutuhan dan segmentasi informasinya merupakan jawaban dari budaya dan gaya hidup masyarakat perkotaan yang bukan lagi menjadi kebutuhan tersier. Majalah *online TalkMen.com* menyajikan informasi yang diberikan adalah mengenai gaya hidup dan tren yang disesuaikan dengan kebutuhan dan budaya pria di Indonesia. Namun, majalah ini juga menyajikan rubrik *The Talk* dan *The Lovely Ladies*, dalam rubrik ini disajikan informasi bagaimana tokoh yang sedang tren dan digemari, yang mana informasinya dikemas dengan eksklusif. Tujuan penulisan ini ingin melihat bagaimana representasi mengenai maskulinitas dan feminitas dalam media untuk pria *TalkMen.com* melalui tanda-tanda yang ditampilkan dalam rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies*. Penulis menggunakan pandangan feminisme liberal untuk mengetahui bagaimana media *TalkMen.com* mengkonstruksi wanita dalam media *online* dengan menggunakan metode kualitatif analisis semiotika oleh Charles Sanders Peirce. Melalui rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies*, majalah *TalkMen.com* ingin menempatkan wanita dalam posisi yang sama dengan pria. Hal tersebut karena semua tokoh pria dan wanita yang ada dalam kedua rubrik ini merupakan tokoh yang dipilih karena memiliki pencapaian atau pengaruh yang besar terhadap masyarakat.

Kata kunci: representasi, media *online*, feminisme liberal, semiotika Charles Sanders Peirce

Abstract

Nowadays, humans are known as information mankind, where we obtain informations in many various package. Informations being conveyed more progressively, being made suitable to the needs and its segmentation is the answer to the culture and lifestyle of urban people which is no longer considered as a tertiary needs. Online magazine TalkMen.com provides information about trends and lifestyle of the current needs and culture of men in Indonesia. However, this magazine also provides columns, i.e: The Talk and Lovely Ladies. The coloumns present informations about trending public figures and its being packaged exclusively. This article aims to observe how TalkMen.com represents masculinity and feminism in their media through signs which is displayed in The Talk and Lovely ladies. The author uses liberal feminism point of view to know TalkMen.com constructs women ini their online media using semiotics analysis qualitative method of Charles Sanders Peirce. Through those coloumns, TalkMen.com wants to position women at the same hierarchy as men. It is due to the figures in these coloumns, both men and women, are selected because of their achievements and/or great influence to the society.

Keywords: representations, online media, liberal feminism, semiotics of Charles Sanders Peirce

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan ekonomi semakin lama semakin meningkat. Perkembangan teknologi ini tidak luput dari kemampuan masyarakat Indonesia yang sedang berjalan menuju era globalisasi di mana semua serba digital. Putra (2009: 1-2) menjelaskan bahwa masyarakat mendapatkan berbagai informasi dalam berbagai kemasan yang sangat beraneka ragam. Segmentasi informasi yang semakin berkembang tersebut merupakan jawaban dari budaya dan gaya hidup masyarakat perkotaan yang bukan lagi menjadi kebutuhan tersier bagi beberapa golongan masyarakat. Informasi tersebut biasanya dihadirkan dalam bentuk majalah. Namun karena adanya perkembangan teknologi, pada akhirnya masyarakat dapat mengakses informasi sesuai dengan kebutuhan mereka di mana pun dan kapan pun mereka inginkan melalui media *online*. Jika dulu masyarakat hanya mengenal majalah khusus wanita, kini sudah banyak sekali informasi yang disuguhkan baik itu informasi khusus untuk pria maupun wanita. Hal itu disebabkan karena adanya uang berlebih dan kesadaran para pria untuk berpenampilan dengan baik serta memanjakan hidup mereka. Sebuah media massa yang mengusung mode dan gaya hidup akan sangat diterima oleh masyarakat untuk menunjang penampilannya.

Seperti yang telah dilansir oleh www.id.techniasia.com, jumlah pembaca dari kalangan pria di Indonesia untuk konsumsi media digital menarik perhatian tersendiri bagi para pebisnis media *online*. Setidaknya data *Scoop* yang mengungkap bahwa 79 persen pembaca *e-reader* di Indonesia adalah kaum pria merupakan isyarat betapa potensialnya menggarap pasar untuk media *online* khusus pria. *Website* ini juga menyebutkan mengenai tujuh media *online* khusus pria terpopuler di Indonesia berdasarkan data ranking dari *SimilarWeb*, yang pertama adalah *Sooperboy* yang merupakan media *online* khusus pria mengenai gaya hidup dan hiburan interaktif untuk pria asli yang pintar, berani, dan suka tantangan, namun juga menyediakan foto bahkan video mengenai sosok wanita cantik dan seksi. Bahkan *Sooperboy* yang berada dalam naungan Fimela Group menyediakan rubrik khusus yang mengulas profil para wanita cantik dan seksi itu bernama "*Girls*". Tidak salah jika *Sooperboy* menempati urutan pertama pada daftar ini dan menempati posisi ke 501 menurut *SimilarWeb*. Posisi kedua ditempati oleh *Men's Health Indonesia* yang merupakan majalah *franchise*

yang berasal dari Amerika Serikat dan mulai merambah Indonesia pada tahun 2002.

Selanjutnya pada *Malezones* yang menyediakan informasi yang berhubungan dengan kebutuhan, kultur, dan kepentingan pria Indonesia dengan cara yang lugas dan menarik. *Malezones* sendiri membidik pembaca pria Indonesia berusia 20 hingga 40 tahun dan menempati posisi ke 9.404 di Indonesia menurut *SimilarWeb*. Di posisi berikutnya, ada portal *online Esquire*, majalah pria yang berada di bawah MRA Group memiliki target pembaca pria dari kelas menengah ke atas, dengan mengusung gaya bahasa yang lebih elegan. Hal yang menarik adalah bahwa dari sekian banyak majalah *online* khusus pria, hanya *Esquire* satu-satunya yang memiliki rubrik fiksi berupa "*Cerpen*". Jauh sebelum memiliki versi digital, *Esquire Indonesia* pada tahun 2008 semula hanya berupa majalah cetak. *Esquire Indonesia* menempati posisi ke 32.036 menurut *SimilarWeb*. Selanjutnya ada *Yomamen* yang membahas konten gaya hidup asli pria Indonesia. Yang berusaha menghindari plagiarisme gaya hidup pria luar negeri, yang belum tentu cocok dengan gaya hidup dalam negeri. (Sumber: www.id.techniasia.com).

Salah satu portal media *online* khusus pria yang menjadi perhatian penulis dengan memerhatikan penjelasan di atas adalah *TalkMen.com*. *TalkMen.com* merupakan salah satu perusahaan media yang masuk ke dalam tujuh media *online* khusus pria terpopuler di Indonesia yang bergerak dalam industri media *online* yang berusaha menjadikan mereka sebagai portal berita khusus bagi para pria ibukota di mana mereka dapat mencari informasi apa yang mereka butuhkan untuk menunjang kehidupan mereka sehari-hari dalam berbagai aspek di dalamnya. Target pembaca yang dimiliki oleh *TalkMen.com* adalah kaum pria yang berasal dari SES A-B dengan rentang usia mulai dari 20 hingga 30 tahun. Perlu diketahui bahwa *TalkMen.com* bukanlah satu-satunya media *online* yang menyediakan berbagai informasi yang menyangkut dunia pria. Salah satu media serupa adalah *Menshealth.com*. Namun, perbedaannya adalah *TalkMen.com* lebih banyak memberikan berbagai informasi seputar gaya hidup, sedangkan *Menshealth.com* lebih banyak memberikan informasi seputar kesehatan yang banyak diminati oleh kaum pria. Sama halnya dengan media khusus pria lainnya, dalam *TalkMen.com* juga menghadirkan sosok wanita namun mereka berusaha untuk tidak

mengangkat sisi sensualitas dari wanita itu sendiri (Sumber: www.talkmen.com).

Jika dilihat dari deskripsi beberapa portal media khusus pria di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa sosok wanita memang selalu hadir dalam media khusus pria. Wanita dalam beberapa media ini dihadirkan sebagai sosok yang seksi dan cantik. Beberapa tanggapan pembaca media khusus pria juga yang ada dalam www.id.techniasia.com mengatakan bahwa mereka menyukai media tersebut karena banyak menyediakan foto bahkan video mengenai sosok wanita yang mampu memuaskan pandangan mereka. Menurut Hollows (2000: 30), para peneliti terdahulu menemukan permasalahan mengenai citra wanita dalam media ditampilkan tidak sesuai dengan perubahan masyarakat yang sebenarnya. Selanjutnya Hollows juga menjelaskan bahwa media dalam hal ini berusaha mengonstruksikan makna gender.

Tinjauan Pustaka

Representasi

Representasi dapat dikatakan sebagai proses 'penghadiran kembali' terhadap sesuatu yang pernah terjadi sebelumnya. Selain itu representasi juga dapat dikatakan sebagai penggambaran suatu realita secara tidak lengkap dan sempit (Rosalina, 2012: 13). Menurut Stuart Hall dalam Rosalina, representasi memiliki dua pengertian, yaitu:

1. Representasi mental, yaitu konsep mengenai suatu hal yang ada dalam pikiran atau kepala setiap individu. Representasi dalam bentuk ini bersifat abstrak.
2. Representasi bahasa, yaitu representasi yang memiliki peranan penting dalam proses pembentukan makna. Konsep atau pemikiran abstrak yang ada dalam kepala setiap individu harus diterjemahkan melalui bahasa secara lazim, supaya kita mampu menghubungkan konsep atau ide setiap individu dengan menggunakan tanda dan simbol-simbol tertentu.

Semiotika Charles Sanders Peirce

Semiotika dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce, seorang filsuf Amerika yang paling orisinal dan multidimensional. Peirce terkenal karena teori tandanya, ia seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda merupakan suatu hal yang mewakili seseorang (Sobur, 2013: 40).

Dalam semiotika menurut Peirce, sebuah tanda bukanlah merupakan suatu entitas atau keberadaan tersendiri, melainkan terkait dengan objek dan penafsirnya. Keberadaan menurut Peirce dibagi menjadi 3 yakni:

1. *Firstness* (ke-pertama-an): pengertian sifat, perasaan, watak, kemungkinan, semacam esensi. Keberadaan seperti apa adanya tanpa menunjuk sesuatu yang lain selain dirinya sendiri.
2. *Secondness* (ke-kedua-an): konfrontasi dengan kenyataan yang keras, benturan pada dunia luar, apa yang terjadi. Suatu keberadaan apa adanya dihubungkan dengan yang lain.
3. *Thirdness* (ke-ketiga-an): aturan, hukum, kebiasaan, unsur umum dalam pengalaman kita (Sobur, 2013: 41).

Dengan melihat keberadaan menurut Peirce di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia memahami sesuatu dengan melihat tanda yang biasanya ditunjukkan melalui sifat, perasaan, watak, atau kemungkinan yang biasanya merupakan hubungan sebab akibat dari suatu hal tertentu berdasarkan pengalaman yang telah dialami oleh manusia itu sendiri.

Selanjutnya dijelaskan bahwa sesuatu yang digunakan agar tanda dapat berfungsi, oleh Peirce disebut sebagai *sign*. Maka, tanda dalam hal ini selalu terdapat dalam hubungan triadik, yaitu *sign*, *object*, dan *interpretant*. Menurut Peirce, tanda dapat dibagi menjadi tiga yaitu:

1. *Qualisign* adalah tanda yang merupakan tanda berdasar pada suatu sifat. Misalnya kata-kata seperti kasar, lembut, halus, merdu, dan lainnya.
2. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda atau tanda yang berdasar atas tampilnya dalam kenyataan. Contoh kata "hangus" pada kalimat "kayu yang hangus" memberikan tanda bahwa kayu tersebut baru terbakar.
3. *Legisign* adalah norma yang terkandung dalam tanda atau atas dasar peraturan, misalnya tulisan "dilarang menginjak rumput" merupakan suatu norma yang bersifat larangan (Sobur, 2013: 41).

Menurut Sobur (2013: 41), berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas *icon*, *index*, dan *symbol*.

1. *Icon*, merupakan tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandai.

2. *Index*, merupakan tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan yang ditandai.
3. *Symbol*, merupakan sebuah tanda dimana hubungan antara *signifier* (petanda) dan *signified* (petanda) semata-mata adalah masalah konvensi, kesepakatan, atau peraturan.

Sedangkan berdasarkan *interpretant*, tanda dibagi atas:

1. *Rheme*, tanda yang memungkinkan penafsir untuk menafsirkan berdasarkan pilihan atau kemungkinan.
2. *Dicent Sign*, tanda yang sesuai dengan kenyataan. Misal di suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan akan dipasang rambu lalu lintas yang menandakan bahwa di jalan tersebut sering terjadi kecelakaan.
3. *Argument*, tanda yang memberikan alasan tentang sesuatu (Sobur, 2013: 42). Misalnya adalah seseorang akan mengatakan bahwa Denny Soemargo adalah seorang aktor yang bersahabat. Orang tersebut berkata demikian karena mungkin ia pernah bertemu atau berbincang secara langsung dan merasa bahwa Denny Soemargo memang tepat dikatakan sebagai pribadi yang bersahabat.

Interpretant dapat dikatakan sebagai konsep pemikiran seseorang yang menggunakan tanda dan menerjemahkannya pada makna tertentu mengenai sebuah objek yang dirujuk oleh tanda.

Feminitas

Feminin atau feminitas merupakan sebuah kata sifat yang berarti "kewanitaan" atau menunjukkan sifat perempuan. Sifat-sifat yang dimaksud biasanya adalah kelembutan, kesabaran, kebaikan, serta sifat wanita lainnya. Kebalikan dari feminitas adalah maskulinitas yang biasanya ditunjukkan dengan sifat pria seperti gagah, berani, petualang, penyuka tantangan, dan sifat pria lainnya (Kurnia, 2004:20). Jika berbicara mengenai feminitas tentu saja tidak bisa lepas dari pembicaraan mengenai gender. Dalam bukunya, Wood (2001: 19) menjelaskan secara umum, gender berbeda dengan jenis kelamin. Gender dalam Pasaribu (2006:8) merupakan konsep yang membedakan antara laki-laki dan perempuan bukan berdasarkan biologisnya, melainkan dikaitkan dengan peran, fungsi, hak, sifat, perilaku yang direkayasa atau dikonstruksi sosial. Konstruksi ini dibentuk melalui proses panjang dalam kehidupan berbudaya dari waktu ke waktu

karena gender bersifat dinamis. Sedangkan jenis kelamin dianggap sebagai konstruksi biologis yang dibawa setiap individu sesuai dengan kodratnya sejak lahir di muka bumi ini. Konstruksi ini pada dasarnya tidak pernah berubah. Selanjutnya perbedaan konsep mengenai gender secara sosial telah melahirkan perbedaan peran perempuan dan laki-laki dalam masyarakat. Secara umum adanya gender telah melahirkan perbedaan peran, tanggung jawab, fungsi, bahkan ruang tempat di mana manusia beraktivitas (Pasaribu, 2006:9).

Media Online

Feature

Menurut Sumandiria (2011:150), *feature* dapat diartikan secara sederhana sebagai cerita atau karangan khas yang ditulis berdasarkan fakta dan data yang didapatkan melalui proses jurnalistik. Tulisan jenis ini dapat dikatakan sebagai karangan yang khas karena *feature* bukanlah jenis penuturan atau laporan mengenai suatu fakta secara lurus seperti yang sering dijumpai pada berita langsung atau *straight news*.

Richard Weiner dalam *Webster's New World Dictionary of Media and Communication* (1990) menjelaskan bahwa *feature* sebagai artikel atau karangan yang lebih ringan dan umum, serta berisi mengenai tulisan yang lebih banyak mengungkapkan berbagai hal mengenai daya pikat manusiawi atau gaya hidup, dibandingkan dengan berita lempang atau *straight news* yang berisi berbagai informasi yang masih hangat (Sumandiria, 2011:152).

Kebanyakan media tertentu hanya memberikan informasi yang merupakan kumpulan informasi yang bersifat *feature* atau berita ringan, informasinya dapat berlaku untuk waktu yang lama, dan informasinya bersifat menghibur pembacanya yang mampu melepaskan kepenatan mereka setelah melakukan aktivitas sehari-harinya. Sama halnya dengan *TalkMen.com* yang konten informasi yang tersedia dalam *website*-nya hanya berisi informasi yang bersifat *feature* atau berita seputar gaya hidup, profil, tips, dan informasi ringan namun masih dianggap penting lainnya.

Gaya Penulisan Naskah Online

Romli dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Online* (2012: 60-62) juga menjelaskan beberapa aspek yang harus selalu diperhatikan dalam menulis naskah di media *online* menurut Mindy McAdams. Beberapa aspek tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Text Formatting*

Dalam aspek ini, penulis naskah dalam media *online* diharuskan menuliskan naskah secara ringkas, memberikan judul yang dapat menggambarkan keseluruhan isi berita atau naskah, memberikan cetakan tebal terhadap informasi yang dirasa penting dan dibutuhkan oleh pembaca, serta memberikan daftar pada kalimat tertentu yang memudahkan pembaca menemukan informasi karena mereka akan lebih tertarik dan biasanya daftar tersebut berisi informasi yang terdiri dari kalimat yang pendek.

2. *Text Content*

Konten naskah media *online* haruslah ringkas, padat, dan menghilangkan kata-kata yang tidak perlu. Struktur kalimat juga tidak boleh terlalu banyak basa-basi dan harus langsung menjelaskan inti permasalahan. Penggunaan kalimat aktif merupakan hal yang sangat dianjurkan dalam menulis naskah media *online* karena membuat penulis bekerja lebih keras namun hal tersebut mampu memberikan manfaat bagi pembacanya. Kalimat aktif akan lebih menarik pembaca, karena jika penulis menggunakan kalimat pasif, tulisan atau naskah akan menjadi sangat membosankan. Selain itu, perlu diperhatikan juga agar tidak ada pengulangan informasi dalam menulis naskah media *online* karena mampu membuat bingung pembacanya.

3. *Links*

Ketika penulis dihadapkan pada suatu naskah atau tulisan yang mengharuskan pembacanya untuk membuka tulisan lain, hindari untuk memberikan perintah "*click here*" namun cobalah untuk memberikan nama informasi yang terkait dan pastikan *link* informasi tersebut dapat dibuka oleh pembacanya.

Kerangka Pemikiran Mengenai Representasi Feminisme dalam Media untuk Pria oleh *TalkMen.com*

Kini banyak sekali baik media cetak maupun elektronik yang mengembangkan sayap mereka ke dalam industri media *online* seperti *Detik.com*, *Rollingstone.com*, *Kompas.com*, dan masih banyak lainnya. Setiap media *online* dalam hal ini memiliki tujuan dan target tertentu yang ingin mereka capai. Tujuan atau target itu sendiri muncul dari identitas setiap media yang sudah ada sejak mereka didirikan. Seperti contohnya *Rollingstone.com* yang merupakan ekstensi dari majalah *Rolling Stone* yang

bergerak dalam dunia cetak memiliki identitas mereka sendiri sebagai satu media yang berusaha memberikan berbagai informasi dan pemberitaan mengenai musik baik dalam maupun luar negeri yang tentunya juga dengan menggunakan gaya bahasa yang mereka miliki sebagai karakter media mereka. Ada juga media khusus pria dan wanita yang seringkali mengangkat maskulinitas dan femininitas media mereka.

TalkMen.com, media *online* ini memiliki tujuan tertentu dalam membidik *target audience*-nya yakni agar pria yang tinggal di daerah perkotaan mampu memenuhi kebutuhan mereka terutama dalam hal gaya hidup dengan mengonsumsi informasi yang mereka miliki. Maskulinitas dalam media seringkali digambarkan dengan ketangguhan, keberanian, dan keberanian yang dimiliki oleh kaum pria. Hal tersebut jugalah yang berusaha diciptakan oleh *TalkMen.com* dalam setiap informasi yang mereka suguhkan.

Metode

Dalam penulisan ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Objek dari penelitian ini adalah *website* resmi milik *TalkMen.com* yang merupakan portal berita khusus pria yang tinggal di daerah perkotaan, dan menitikberatkan pada rubrik *The Talk* yang khusus membahas profil pria dan *Lovely Ladies* yang khusus membahas profil wanita. Penulisan ini menjabarkan bagaimana tanda-tanda yang digunakan dalam kedua rubrik *feature* tersebut dengan jenis yang sama namun dengan bahasan yang berbeda. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi pustaka dan wawancara mendalam. Tipe wawancara yang dipilih adalah wawancara tidak berstruktur. Informan utama yang dipilih adalah narasumber yang memiliki latar belakang jurnalistik khususnya dalam media *online*, yakni *managing editor*, jurnalis *TalkMen.com*, dan pengamat media. Untuk operasionalisasi konsep representasi feminisme, penulis menggunakan teori tiga tingkatan representasi oleh Fiske. Selain itu, dalam teknis analisis data menggunakan analisis semiotika oleh Charles Sanders Peirce.

Hasil dan Pembahasan

Rubrik *The Talk*

Rubrik *The Talk* berisi tentang berbagai informasi yang khusus membahas mengenai profil tokoh pria yang memiliki prestasi dan pengaruh besar terhadap masyarakat, serta memberikan inspirasi agar pembacanya dapat terinspirasi untuk

menjadi seperti sosok yang ditampilkan pada rubrik ini. Pemilihan narasumber juga ditentukan dengan tema yang sesuai dengan apa yang sedang digemari

masyarakat. Tokoh yang dipilih adalah Addie MS, Dion Wiyoko, Denny Sumargo, Fariz RM, Ardiansyah Bakrie.

Tabel 1. Deskripsi Teks *The Talk*

No	Model	Pekerjaan	Latar	Gaya Busana	Tema	Contoh Kalimat Penggambaran Tokoh
1.	Addie MS	Musisi, Komposer	Berada di sebuah ruangan di kediaman pribadinya yang dilengkapi dengan alat musik piano	Busana yang dipakai adalah busana formal yang terdiri dari kemeja putih yang dibalut dengan jas berwarna hitam	<i>The art of being a real man</i>	Ramah, cool, dan classy. Itulah sosok Addie MS. Cuaca gerimis dan secangkir espresso.....
2.	Dion Wiyoko	Artis, Pemain Film, Model	<i>Outdoor</i>	Menggunakan kaus putih polos dan jam tangan warna hitam di pergelangan tangan kirinya	<i>Traveler or actor?</i>	Ada satu cerita menarik saat ia menunjukkan luka-luka di tangannya yang ia dapat saat terjun dari sebuah tebing di sebuah pantai perawan di Bali
3.	Denny Sumargo	Pemain Basket, Model, Pemain Film	Berada di restoran bernama Ocha&Bella di kawasan Wahid Hasyim, Jakarta Pusat.	Menggunakan busana kasual dengan kaus lengan panjang berwarna <i>dark grey</i> dengan kancing yang dibiarkan terbuka	Kegigihan meraih cita-cita	Sosok pria multitalenta yang kami anggap layak untuk menjadi inspirasi dalam menggapai kesuksesan dan menyelami makna hidup

						secara <i>gentleman</i> .
4.	Fariz RM	Musisi	Berada di studio dan terlihat sedang bermain alat musik piano.	Memakai kemeja warna hitam dengan rambut dikuncir rapi.	Bermusik sampai mati	Baginya, tidak ada alasan untuk keras kepala mempertahankan idealisme. Musik tetaplah musik, dan sampai kapan pun itu akan menjadi bagian dirinya...
5.	Ardiansyah Bakrie	Pengusaha	Berada di kantor milik Ardiansyah Bakrie dengan sofa merah di dalamnya	Menggunakan seragam berwarna merah, jam tangan di pergelangan tangan kirinya dan terlihat sebatang rokok terselip di antara telunjuk dan jari tengahnya.	<i>Leaders hip</i>tanpa menunggu lama kami langsung disambut Ardi yang tampak gagah dengan seragam merah khas televisi berbasis berita tersebut.

Tabel 2. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada *The Talk*

No	Kelas Tanda	Tools Pierce	Penggambaran pada Teks	Analisis
1	Icon	Qualisign kualitas yang dimiliki oleh tanda	Penggunaan kata <i>gentlemen, cool, multitalenta, pendiam, gagah, disegani</i>	Kata-kata tersebut banyak digunakan untuk menandakan bahwa profil yang ada dalam <i>The Talk</i> merupakan para pria sejati yang memiliki banyak keahlian dan banyak disegani oleh masyarakat..
		Iconic Sinsign tanda yang memperlihatkan kemiripan yang biasanya disajikan dalam bentuk foto, diagram, peta, dan tanda baca	Banyak menampilkan foto profil yang menggambarkan pekerjaannya dan tentunya dengan sentuhan khas pria.	Setelan jas lengkap dengan kemeja warna putih, pakaian kasual, kemeja hitam, kaus polos merupakan pakaian yang biasanya dipakai oleh pria dan dapat menggambarkan bahwa pria yang memakai jas merupakan pria sejati, berkelas, dan terlihat bijaksana. Selain itu adapula beberapa alat musik dan kendaraan yang ditampilkan yang menandakan bahwa beberapa di antara mereka merupakan pria dengan keahlian atau bidang tertentu.
		Iconic Lecisign tanda yang menginformasikan norma atau hukum	Tanda yang merepresentasikan dalam teks ini contohnya adalah pakaian yang dipakai oleh Addie MS	Pakaian juga dapat melambangkan norma. Dalam hal ini norma kesopanan terdapat pada pakaian yang dipakai oleh Addie MS selaku <i>public figure</i> yang dikenal oleh masyarakat sebagai musisi berkelas.
2	Index	Rhematic Indexical Sinsign tanda berdasarkan pengalaman langsung yang secara langsung menarik perhatian karena kemunculannya disebabkan oleh suatu hal	Addie MS dan Fariz RM terlihat sedang bermain piano	Karena Addie MS adalah seorang musisi, maka foto yang diambil adalah foto Addie MS yang sedang bermain piano untuk menandakan bahwa ia seorang musisi.
		Dicent Sinsign	-	-

		tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu		
		Rhematic Indexical Legisign	-	-
		tanda yang mengacu pada objek tertentu. Misalnya kata ganti penunjuk		
		Dicent Indexical Legisign	-	-
		tanda yang bermakna informasi dan menunjuk subjek informasi		
3	Symbol	Rhematic Symbol tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum	Terdapat foto sebuah piano, <i>scooter</i>	Karena sebelumnya kita pernah melihat benda serupa yang bernama piano dan <i>scooter</i> maka kita akan menyebutnya dengan piano dan <i>scooter</i> .
		Dicent Symbol	-	-
		tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak		
		Argument tanda yang merupakan pemahaman seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu	Kata-kata 'Ramah, <i>cool</i> , <i>classy</i> , <i>nice</i> <i>fellow</i> , bersahabat	Jurnalis menggunakan kata-kata tersebut untuk menggambarkan suatu keadaan karena mereka merasa kata-kata tersebut tepat untuk menggambarkan suatu keadaan yang telah mereka alami secara langsung.

Rubrik *Lovely Ladies*

Seperti halnya rubrik *The Talk*, rubrik *Lovely Ladies* merupakan satu rubrik khusus yang disediakan oleh *TalkMen.com* untuk membahas segala informasi khusus wanita. Dalam hal pemilihan narasumber juga sama dengan *The Talk*. *TalkMen.com* memilih wanita-wanita yang tidak hanya memiliki kecantikan namun juga dianggap berprestasi, berpengaruh besar terhadap

masyarakat, serta mampu memberikan inspirasi bagi banyak orang.

Penulis telah memilih lima tulisan yang ada dalam *Lovely Ladies* untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan semiotika milik Peirce yang akan penulis lihat dalam hal ini adalah mengenai pemilihan kalimat yang digunakan dalam menulis *feature* dalam rubrik *Lovely Ladies*. Beberapa tokoh wanita yang ada dalam *Lovely Ladies* yang dipilih di

antaranya profil dari pembalap wanita Alexandra Asmasoebrata, Adhitya Putri, Aisya Adiputri, Gadis Ayunda, dan Vinna Garcia.

Tabel 3. Deskripsi Teks *Lovely Ladies*

No	Model	Pekerjaan	Latar	Gaya Busana	Tema	Contoh Kalimat Penggambaran Tokoh
1.	Alexandra Asmasoebrata	Pembalap Wanita	Berdiri tegak di samping mobil balap miliknya dengan pose terkesan tegas dengan mata menatap tajam ke depan	Menggunakan pakaian balap berwarna biru dengan rambut dikuncir <i>ponytail</i>	Wanita berprestasi di dunia lelaki	Andra, pembalap cantik berumur 25 tahun ini berbicara tentang kehidupan berkarir di dunia yang didominasi oleh lelaki, impiannya, fantasi nakal, dan tipe pria yang disukainya.
2.	Aisya Adiputri	Model, Pengusaha	Studio	Menggunakan <i>blouse</i> berwarna ungu pastel dengan <i>make up</i> minimalis	<i>True Beauty, Inside and Out.</i>	Pesona paras ayu dan <i>inner beauty</i> Aisya, seorang wanita sukses dalam karier maupun keluarga
3.	Adhitya Putri	Pemain Basket, Model, Pemain Film	Berada di <i>flyover</i> Kasablanka-Karet	Menggunakan busana kasual	<i>Dwell on the Beauty of Life</i>	Tak dipungkiri, wajah cantiknya memang begitu lengkap dengan pembawaan diri yang menyenangkan.
4.	Gadis Ayunda	Pemusik, vokalis band	Di sebuah ruangan dengan bunga dalam vas	Menggunakan <i>stripe long T-shirt</i>	<i>Music, soul, and domination</i>	Gadis yang cantik, ramah, dan penuh pesona ini benar-benar

			sebagai pemanisnya.			tipe wanita impian pria!
5.	Vinna Gracia	Model	Studio	Menggunakan blus berwarna putih tanpa lengan dengan rambut terurai dan ekspresi muka sensual nan menggoda.	<i>Love of beauty is taste. The creation of beauty is art.</i>	Paras cantiknya begitu sempurna dengan tutur sensual yang terlontar dari bibirnya. Wajahnya pun tersipu malu saat pertanyaan liar tiba-tiba tertuju pada dirinya.

Tabel 4. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada *Lovely Ladies*

No	Kelas Tanda	Tools Pierce	Penggambaran pada Teks	Analisis
1	Icon	Qualisign kualitas yang dimiliki oleh tanda	Kata cantik, manis, penuh pesona, sensual	Kata-kata tersebut digunakan untuk menandai fisik seorang wanita dalam <i>Lovely Ladies</i> .
		Iconic Sinsign tanda yang memperlihatkan kemiripan yang biasanya disajikan dalam bentuk foto, diagram, peta, dan tanda baca	Foto diri dengan tatanan busana, <i>make up</i> , ekspresi, dan latar yang telah disesuaikan oleh pihak redaksi.	Foto tersebut menandakan status atau profesi setiap profil wanita yang ada dalam <i>Lovely Ladies</i> .
		Iconic Lecisign Tanda yang menginformasikan norma atau hukum	Kata-kata seperti 'pertanyaan nakal, sensualitas' dan penggunaan <i>hotpants</i> , dan pakaian seksi yang dipakai oleh Alexandra Asmasoebrata dalam <i>Lovely Ladies Gallery</i>	Kurang menunjukkan adanya norma kesusilaan dalam <i>Lovely Ladies</i> .
2	Index	Rhematic Indexical Sinsign Tanda berdasarkan pengalaman langsung yang secara langsung menarik perhatian karena	Dalam <i>Lovely Ladies</i> contohnya adalah pada <i>feature</i> yang membahas profil dari Adhitya Putri, ia mengenakan pakaian <i>sporty</i> dan	Karena Adhitya Putri adalah seorang wanita yang senang berpenampilan <i>sporty</i> , maka dalam tulisan yang membahas tentang profil dirinya dipilahlah foto di mana ia

		kemunculannya disebabkan oleh suatu hal	menggunakan sepatu lari	menggunakan busana yang <i>sporty</i> .
		<i>Dicent Sinsign</i> Tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu	-	-
		<i>Rhematic Indexical Legisign</i> Tanda yang mengacu pada objek tertentu. Misalnya kata ganti penunjuk	-	-
		<i>Dicent Indexical Legisign</i> Tanda yang bermakna informasi dan menunjuk subjek informasi	Baju balap yang dikenakan oleh Alexandra Asmasoebrata dan mobil balap milik Alexandra Asmasoebrata	Dalam <i>Lovely Ladies</i> terlihat Alexandra Asmasoebrata berdiri di samping mobil balap berwarna merah dan mengenakan baju balapnya menandakan bahwa ia adalah seorang pembalap wanita.
3	<i>Symbol</i>	<i>Rhematic Symbol</i> Tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum	Mobil balap, vas bunga, celana <i>hotpants</i> , <i>blouse</i>	Ketika kita melihat mobil balap, vas bunga, <i>hotpants</i> , dan <i>blouse</i> maka kita akan menyebutnya dengan nama yang sama karena kita asosiasikan dengan benda yang serupa dengan benda-benda tersebut.
		<i>Dicent Symbol</i> Tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosisasi dalam otak	-	-
		<i>Argument</i> Tanda yang merupakan pemahaman seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu	Penggunaan kata seperti 'pembalap wanita berprestasi, pribadi yang menyenangkan, penuh <i>passion</i> , sensual, dalam menggambarkan tokoh dalam <i>Lovely Ladies</i> .	Jurnalis memiliki alasan tertentu dalam memilih dan menggunakan pilihan kata tersebut dalam menuliskan profil tokoh dalam <i>Lovely Ladies</i> atas dasar informasi yang mereka dapatkan langsung dari tokoh dalam <i>Lovely Ladies</i> .

Lingkup Mikro Representasi Feminisme dalam Media untuk Pria Melalui Rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies*

Penjelasan penulis dalam lingkup mikro disusun berdasarkan pengamatan dalam sudut pandang dokumen yang ada dalam rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies*. Penulis dalam tahap ini akan melakukan deskripsi mengenai bagaimana media ini mengonstruksi makna maskulinitas dan feminitas melalui rubrik *The Talk* maupun *Lovely Ladies*. Deskripsi ini penulis lakukan berdasarkan hasil wawancara dengan Putra Tjokroadisoerjo selaku *managing editor* dalam *TalkMen.com*. Dalam *The Talk*, tokoh pria digambarkan sebagai makhluk pemberani dan mampu menginspirasi banyak orang, sedangkan *Lovely Ladies* menghadirkan profil wanita yang digambarkan sebagai wanita yang selain memiliki wajah cantik, pribadi menyenangkan, juga menginspirasi masyarakat melalui *achievement* yang pernah mereka capai semasa hidupnya.

“The Talk itu adalah sebuah rubrik yang disediakan oleh TalkMen.com yang khusus membahas profil tokoh pria. Tokoh pria dalam hal ini adalah mereka yang memiliki pencapaian besar dalam hidup mereka dan dianggap mampu menginspirasi masyarakat. Tokoh yang dipilih tidak hanya dari kalangan artis. Bisa saja mereka adalah pengusaha yang memiliki pengaruh besar bagi masyarakat. Sedangkan Lovely Ladies itu hampir sama, cuma rubrik ini khusus membahas profil wanita berprestasi dan memiliki pengaruh besar dalam masyarakat.” (Putra, *Managing Editor TalkMen.com*, Wawancara, 20 Mei 2014).

Lingkup Meso Representasi Feminisme dalam Wacana Pria Melalui Rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies*

Penjelasan penulis dalam lingkup meso yang dilakukan untuk mengetahui kesan yang ditimbulkan dalam tulisan *feature* dalam berbagai aspek dengan cara menganalisis topik, pemilihan tokoh, penampilan, dandanan, gestur, konsep, aturan penulisan, dan gaya bahasa dari tulisan *feature* yang akan disusun pada rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies*. Pertama, sebelum melakukan peliputan, tim redaksi menentukan topik apa yang akan mereka gunakan dalam penulisan *feature* yang nantinya akan mereka buat dalam *The Talk* dan *Lovely Ladies*. Kedua,

pemilihan tokoh, *TalkMen.com* memilih tokoh yang sesuai dengan apa yang akan mereka tampilkan dalam *The Talk* dan *Lovely Ladies*. Pemilihan tokoh ini pun tidak sembarangan, karena *TalkMen.com* betul-betul memilih tokoh yang memiliki kontribusi besar dalam masyarakat, prestasi dalam masyarakat, dan juga memiliki pengaruh yang besar bagi masyarakat. Hal tersebut diperkuat dengan apa yang dituturkan oleh Putra Tjokroadisoerjo, jurnalis *TalkMen.com* yang mengatakan bahwa pemilihan tokoh dalam *The Talk* dan *Lovely Ladies* tidaklah sembarangan dan dipilih atas dasar pencapaian yang telah dialami oleh tokoh itu sendiri.

“Sama seperti Lovely Ladies, kalau untuk The Talk, oke kalo untuk Lovely Ladies dan The Talk itu betul-betul sosok-sosok yang memang, mmm, tidak sembarangan, betul-betul dipilih berdasarkan apa yang telah mereka berikan bagi masyarakat. Tidak harus selalu yang nilainya positif, kadang ketika seorang itu dikenal dengan sisi kontroversialnya, itu maka akan menjadi nilai berita tersendiri yang bisa kita angkat, gitu.” (Putra, *Managing Editor TalkMen.com*, Wawancara, 20 Mei 2014).

Berikutnya adalah mengenai latar, dandanan, atau penampilan model, dibuat agar muncul kesan yang sesuai dengan topik dan konsep yang mereka angkat.

“Nah ini kembali disesuaikan dengan siapa yang akan mengisi profil Lovely Ladies atau The Talk itu sendiri. Jika yang menjadi Lovely Ladies itu seorang sosialita muda misalnya, ya tentu saja kita kemas dia dengan begitu elegan, glamor, eksklusif, dan sisi sensualitasnya itu kita tampilkan dari keanggunannya, gitu. Begitu juga dengan The Talk, lets say misalnya kita mengangkat profil sebuah band, jika memang karakteristiknya adalah rock 'n roll ya kita tampilkan sisi rock 'n roll nya profil tersebut, gitu.” (Putra, *Managing Editor TalkMen.com*, Wawancara, 20 Mei 2014)

Putra Tjokroadisoerjo juga menambahkan bahwa konteks penampilan dari model yang dipilih baik dalam *Lovely Ladies* atau *The Talk* juga mampu membentuk konstruksi sosial dalam masyarakat mengenai seseorang, baik itu konstruksi sosial yang negatif maupun positif.

“Yang menjadi kunci dari Lovely Ladies dan The Talk itu adalah, kalau kita berbicara tentang konteks penampilan atau sosok, sesuai dengan strata dalam komunikasi bahwa Lovely Ladies dan The Talk ini merupakan simbol dari semiotika yang akan menjadi konstruksi sosial bagi orang yang melihatnya, gitu. Kita bisa lihat misalnya yang kita angkat adalah sosialita muda yang berpengaruh terhadap lingkungannya, tentu kita juga akan melihat bahwa ‘oh cantik itu merupakan inner beauty yang bisa dikemas secara elegan’. Hal itu dapat kita terapkan baik dari segi pakaian, gaya rambut, latar, sampai tulisannya.” (Putra, Managing Editor TalkMen.com, Wawancara, 20 Mei 2014)

Selain itu, aturan penulisan yang diberlakukan dalam penulisan *feature* di *TalkMen.com*, Putra Tjokroadisoerjo menjelaskan bahwa gaya bahasa yang digunakan untuk menggambarkan profil pria dalam *The Talk* maka mereka akan menggunakan gaya bahasa yang lebih lugas jika dibandingkan dengan gaya bahasa yang mereka gunakan untuk menggambarkan profil wanita dalam *Lovely Ladies* di mana mereka menggunakan bahasa yang lebih halus dan ‘berbunga-bunga’.

Lingkup Makro Representasi Feminisme dalam Wacana Pria Melalui Tulisan *Feature* dalam *The Talk* dan *Lovely Ladies*

Deskripsi dalam lingkup makro mengenai representasi feminisme dalam wacana pria oleh *TalkMen.com* melalui *The Talk* dan *Lovely Ladies* bertujuan untuk melihat ideologi yang ingin diusung oleh *TalkMen.com* melalui *The Talk* dan *Lovely Ladies*. Dalam tahap ini penulis telah melakukan proses wawancara terhadap redaksi dan akademisi dalam melihat representasi feminisme di media. Menurut penuturan Putra Tjokroadisoerjo selaku *managing editor TalkMen.com*, media tersebut merupakan media khusus pria yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pria perkotaan yang haus akan informasi untuk menunjang kehidupannya, terutama dalam hal *lifestyle*. Media ini berfokus pada penyediaan informasi mengenai tren *lifestyle* yang sedang banyak digemari oleh masyarakat pada umumnya.

“TalkMen.com adalah suatu wadah baru dimana kita menyediakan berbagai informasi khusus pria yang tinggal di

perkotaan. Media kita ini lebih memberikan informasi seputar gaya hidup atau lifestyle yang sedang banyak diminati oleh masyarakat. TalkMen.com sendiri memiliki target pembaca mulai dari usia 22 hingga 35 tahun dengan SES A&B, pada khususnya adalah pria, tetapi tidak menutup kemungkinan juga bagi wanita yang ingin mengonsumsi media kami. (Putra, Jurnalis, Wawancara, 20 Mei 2014)

Sedangkan feminisme, menurut Putra adalah penghargaan terhadap sosok wanita atas apa yang telah berhasil mereka raih sepanjang hidup dibandingkan dengan mengeksploitasi sisi vulgar dari wanita itu sendiri.

“Kalau TalkMen.com memandang feminisme dalam media itu justru kita mengangkat, dalam tanda kutip di sini memberikan penghargaan tersendiri kepada sosok wanita. Jadi tidak mengeksploitasi sisi sensual maupun sisi vulgarnya, tapi yang lebih kita tunjukkan adalah eehmm kontribusi maupun achievement yang eehmm telah wanita-wanita ini berikan kepada masyarakat. Jadi eehmm feminisme-nya justru lebih pada penghargaan sisi perempuan itu sendiri dibandingkan mengeksploitasi sisi sensualitasnya.” (Putra, Jurnalis, Wawancara, 20 Mei 2014)

Analisis Semiotika Peirce Kelas Tanda *Icon* pada *The Talk* dan *Lovely Ladies*

Icon merupakan tanda yang menghubungkan antara penanda dan petandanya karena adanya hubungan kemiripan. Tokoh wanita dalam *Lovely Ladies* juga dapat dikatakan mampu untuk mewakili pengertian wanita cantik pada umumnya. Selanjutnya dalam *icon* terdapat tiga unsur, yaitu:

1. *Qualisign*

Qualisign merupakan kualitas yang dimiliki oleh sebuah tanda. Misalnya adalah pada *hatinya lembut* dapat menandakan bahwa seseorang memiliki hati yang lembut, ramah, dan baik hati. Dalam *feature The Talk*, jurnalis banyak menggunakan kata seperti *gentlemen*, *cool*, *multitalenta*, *pendiam*, *gagah*, *disegani* untuk menggambarkan tokoh pria yang mereka pilih dalam *The Talk*. Pemilihan kata tersebut tentunya bertujuan untuk menggambarkan

bagaimana kriteria dari seorang pria pada umumnya. Selama ini orang selalu menggambarkan seorang pria sejati dengan hal yang berbau keberanian, menyukai tantangan, memiliki wajah tampan, ramah, *cool*, dan lainnya. Dalam *The Talk* ini ternyata jurnalis juga memilih untuk menggunakan kata-kata tersebut untuk menggambarkan pria sejati menurut mereka terhadap profil tokoh yang telah mereka pilih. Sedangkan dalam *Lovely Ladies* jurnalis banyak menggunakan kata-kata seperti 'cantik, manis, penuh pesona, sensual' dalam menyebut tokoh wanita di dalamnya untuk menandakan bahwa sosok wanita pada umumnya adalah seseorang yang memiliki wajah cantik, manis, dan sensual.

2. *Iconic Sinsign*

Iconic sinsign merupakan tanda yang memperlihatkan kemiripan yang biasanya disajikan dalam bentuk foto, diagram, peta, dan tanda baca. Dalam *The Talk* ini, jurnalis menampilkan foto profil yang menggambarkan pekerjaan dari tokoh tersebut dan tentunya dengan sentuhan khas pria. Sebagai contohnya adalah pada profil Addie MS dan Fariz RM di mana mereka adalah musisi yang memiliki keahlian dalam bermain alat musik khususnya piano dan *keyboard*, maka dalam foto tersebut ditampilkan keduanya sedang bermain alat musik tersebut untuk menggambarkan pekerjaan mereka. Sedangkan dalam *Lovely Ladies*, *iconic sinsign* ditunjukkan dengan adanya foto profil wanita dengan tatanan busana, *make up*, ekspresi, dan latar yang telah ditentukan oleh redaksi yang mampu menandakan profesi atau status dari tokoh wanita itu sendiri. Misalnya adalah Alexandra yang berprofesi sebagai pembalap wanita, dalam fotonya terlihat berdiri di samping mobil balap dan menggunakan baju balapnya.

3. *Iconic Lecisign*

Iconic lecisign merupakan tanda yang menginformasikan norma atau hukum. Misalnya adalah rambu lalu lintas yang menandakan hukum dan pakaian yang dipakai oleh seseorang yang dapat menandakan norma kesopanan dan kesusilaan. Contoh yang ada dalam *The Talk* adalah mengenai norma kesopanan yang ditandakan melalui pakaian yang dipakai oleh Addie MS. Ia memakai jas warna hitam lengkap dengan kemeja berwarna putih dengan rapi. Norma kesopanan tersebut

terlihat karena sebagai seorang *public figure* dan musisi berkelas yang profilnya akan dibaca oleh banyak orang maka ia mencoba membangun citra yang baik dengan menggunakan pakain rapi.

Analisis Semiotika Peirce Kelas Tanda *Index* pada *The Talk* dan *Lovely Ladies*

Index merupakan tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Dalam *index* terdapat empat unsur, yaitu:

1. *Rhematic Indexical Sinsign*

Merupakan tanda berdasarkan pengalaman langsung yang secara langsung menarik perhatian karena kemunculannya disebabkan oleh suatu hal. Dalam *feature The Talk* ditandakan dengan alat musik yang sedang dimainkan oleh Addie MS dan Fariz RM. Hal tersebut karena mereka adalah musisi yang memiliki keahlian memainkan alat musik piano dan *keyboard*, maka jurnalis menampilkan foto kedua tokoh tersebut sedang memainkan alat musiknya dan jurnalis juga memberikan informasi seputar musik yang mereka geluti. Dalam *Lovely Ladies* contohnya penggunaan pakaian *sporty* dan menggunakan sepatu lari untuk menandakan bahwa Adhitya Putri sebagai seorang wanita *sporty*. Karena Adhitya Putri adalah wanita *sporty*, maka pakaian yang dipilih adalah pakaian *sporty*.

2. *Dicent Sinsign*

Merupakan tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu. Misalnya adalah mengenai larangan untuk memasuki sebuah ruangan di dalam sebuah kantor. Dalam *feature* yang terdapat baik dalam *The Talk* maupun *Lovely Ladies* tidak terdapat tanda yang menunjukkan hal tersebut.

3. *Rhematic Indexical Legisign*

Rhematic Indexical Legisign tanda yang mengacu pada objek tertentu. Misalnya kata ganti penunjuk. Misalnya adalah ketika ada orang yang bertanya "Di mana buku itu?" maka akan dijawab "Itu dia!". Namun dalam *feature* yang terdapat baik dalam *The Talk* maupun *Lovely Ladies* tidak terdapat tanda yang menunjukkan hal *rhematic indexical legisign*.

4. *Dicent Indexical Legisign*

Dicent Indexical Legisign adalah tanda yang bermakna informasi dan menunjuk subjek informasi. Misalnya adalah ketika ada mobil ambulans menyalakan lampu warna merah yang ada di atap mobil menandakan bahwa sedang ada orang sakit yang sedang dilarikan ke rumah sakit. Namun dalam *feature* yang terdapat dalam *The Talk* tidak terdapat tanda yang menunjukkan hal yang menandakan *dicent indexical legisign*. Sedangkan dalam *Lovely Ladies* kelas tanda *dicent indexical legisign* ditunjukkan dengan adanya mobil balap dan baju balap yang dipakai oleh Alexandra Asmasoebata yang menandakan bahwa ia adalah seorang pembalap wanita.

Analisis Semiotika Peirce Kelas Tanda *Symbol* pada *The Talk* dan *Lovely Ladies*

Symbol merupakan tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Dalam *symbol* terdiri dari beberapa jenis kelas tanda, yaitu *rhetic symbol*, *dicent symbol*, dan *argument*.

1. *Rhetic Symbol*

Kelas tanda jenis ini merupakan tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum. Misalnya saja adalah ketika kita melihat suatu gambar binatang orangutan, maka kita akan menyebutnya dengan orangutan. Hal tersebut karena asosiasi umum karena kita pernah melihat hewan atau benda yang bernama orangutan. Contoh yang terdapat pada *The Talk* adalah adanya foto alat musik piano, *keyboard*, dan motor *scooter*. Penulis berasumsi bahwa ketika kita melihat ketiga benda tersebut maka otomatis kita akan menyebutnya sebagai piano, *keyboard*, dan motor *scooter* karena kita pernah melihat benda serupa dengan nama yang sama pula. Begitu pula dalam *Lovely Ladies*, dalam *feature* yang tersedia terdapat beberapa objek yang dijadikan sebagai properti untuk melengkapi tulisan mengenai tokoh wanita, di mana objek tersebut mewakili status dan profesi mereka. Beberapa objek tersebut misalnya adalah mobil balap, vas bunga, celana *hotpants*, *blouse*. Dengan melihat objek tersebut maka kita juga akan menyebutnya dengan nama yang sama karena merupakan asosiasi dari benda yang

pernah kita lihat dan memiliki nama yang serupa.

2. *Dicent Symbol*

Kelas tanda jenis ini merupakan tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak. Seperti contohnya adalah ketika ada seseorang berkata "Pergi!" maka secara sertamerta kita akan pergi. Hal itu terjadi karena adanya asosiasi dengan otak yang menafsirkan bahwa orang tersebut sedang mengusir kita dengan mengucapkan kata tersebut. Namun dalam *The Talk* tidak ada kata maupun kalimat yang menandakan mengenai hal yang menggambarkan *dicent symbol*.

3. *Argument*

Kelas tanda ini merupakan pemahaman seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu. Seseorang akan mengatakan bahwa suatu ruangan dikatakan 'gelap' karena ia merasa ruangan tersebut memenuhi kriteria sebagai ruangan yang gelap. Dalam *The Talk*, jurnalis menggunakan beberapa kata 'ramah, cool, classy, nice fellow, bersahabat' untuk menggambarkan profil dalam *The Talk*. Hal tersebut tidak sertamerta dilakukan karena jurnalis memiliki alasan untuk menggunakan kata-kata tersebut. Misalnya adalah ketika jurnalis memilih kata ramah, cool, dan classy ketika menggambarkan seorang Addie MS, penulis berasumsi bahwa alasan mereka melakukan hal tersebut adalah karena para jurnalis sudah pernah bertatap muka dan berbincang secara langsung dengan Addie MS sehingga mereka tahu bagaimana sosok Addie MS tersebut. Selain itu penggunaan kata 'bersahabat' oleh jurnalis ketika menggambarkan seorang Denny Soemargo, penulis berasumsi bahwa jurnalis *TalkMen.com* merasa bahwa Denny Soemargo sangatlah bersahabat ketika bercerita mengenai pengalaman hidupnya yang dibagikan pada *TalkMen.com* untuk ditulis dalam *The Talk*. Sedangkan dalam *Lovely Ladies* jurnalis menggunakan kata 'pembalap wanita berprestasi, pribadi yang menyenangkan, wanita penuh passion, dan sensual' dalam menggambarkan tokoh wanita di dalamnya. Jurnalis memiliki alasan tertentu dalam memilih dan menggunakan pilihan kata tersebut dalam menuliskan profil tokoh dalam *Lovely Ladies*

atas dasar informasi yang mereka dapatkan langsung dari tokoh dalam *Lovely Ladies*.

Dari analisis semiotika Peirce melalui unsur-unsur yang terdapat dalam kelas tanda seperti *icon*, *index*, dan *symbol* di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa makna akan terbentuk dalam benak manusia melalui tanda-tanda yang ditangkap oleh panca indera yang kemudian diasosiasikan ke otak sehingga muncul pemaknaan mengenai suatu hal yang dilihat oleh panca indera. Ketika seseorang melihat suatu objek, maka akan timbul pemikiran dari orang tersebut yang kemudian akan menerjemahkannya ke dalam makna yang ada dalam pikiran orang tersebut mengenai objek yang dirujuk atau ditunjukkan melalui tanda-tanda tertentu.

Maskulinitas dan Feminitas yang Terdapat dalam rubrik *The Talk* dan *Lovely Ladies* oleh *TalkMen.com*

Dalam media, kaum pria seringkali muncul dan digambarkan sebagai pria sejati. Penggambaran tersebut terlihat dari tanda yang disematkan oleh praktisi media yang menjalankan media tersebut. Biasanya dalam satu media telah terbentuk satu aturan khusus mengenai aturan penulisan untuk setiap kontennya, baik itu penulisan konten khusus pria maupun wanita yang harus dipatuhi oleh jurnalis atau penulis konten suatu media tertentu. Hal tersebut yang mampu menjadi karakteristik suatu media yang dapat membedakannya dengan media lainnya. Maskulinitas dalam media seringkali ditandakan melalui gaya bahasa atau pemilihan kata seperti gagah, berani, tampan, mandiri, dan kata-kata bersifat maskulin yang mampu menggambarkan seorang pria sejati pada umumnya. Tidak berbeda dengan *TalkMen.com* yang mengategorisasikan maskulin melalui pemilihan kata serupa. Dalam penulisan mengenai profil dalam *The Talk*, *TalkMen.com* mengategorisasikan maskulinitas melalui pemilihan kata seperti gagah, *gentleman*, *cool*, *classy*, ramah, bersahabat, pria penyuka tantangan, dan masih ada beberapa kata lainnya. Penggambaran secara fisik mengenai maskulinitas menurut *TalkMen.com* disini juga dapat terlihat dari pemilihan foto profil dalam *The Talk*. Pada profil Addie MS, ia digambarkan sebagai pria yang jago memainkan alat musik dan terlihat juga dari gaya busana yang ia kenakan pada saat itu yaitu jas berwarna hitam lengkap dengan kemeja putih di dalamnya.

Meskipun *TalkMen.com* adalah media baru yang memberikan informasi khusus bagi pria, tetapi mereka juga tidak menutup kemungkinan untuk

memberikan informasi mengenai wanita. Hal tersebut terbukti dengan adanya satu rubrik yang disiapkan khusus untuk memberikan ruang bagi para tokoh wanita untuk hadir dalam *TalkMen.com*.

Representasi Feminisme dalam Media untuk Pria oleh *TalkMen.com*

Secara sosial budaya, peran dari kaum wanita hanya ada dalam ruang domestik di mana mereka diwajibkan untuk mengurus anak, dan kegiatan rumah tangga lainnya. Hal tersebut muncul karena adanya budaya patriarki di mana kaum pria lebih mendominasi keberadaannya jika dibandingkan dengan kaum wanita. Budaya patriarki adalah budaya di mana masyarakatnya memandang benar dan wajar menurut sudut pandang laki-laki. Sudah menjadi hal yang biasa ketika semua hal diambil dari sudut pandang laki-laki. Berkaitan dengan hal tersebut, wanita seringkali digambarkan sebagai makhluk lemah, lembut, baik, cantik, manis, dan kata sifat lainnya yang menunjukkan sisi kewanitaan. Begitu juga dalam media, tidak jarang media menggambarkan seorang wanita dengan kata yang mengandung pujian atau mengagungkan seorang wanita.

Bentuk kebebasan yang diberikan oleh *TalkMen.com* terhadap tokoh wanita yang ada dalam *Lovely Ladies* dapat terlihat dari pemilihan kata, foto, ekspresi muka, konsep, topik, dan unsur lainnya yang telah dianalisis menggunakan analisis semiotika milik Peirce melalui unsur tanda (*icon*, *index*, dan *symbol*), objek, dan *interpretant*. Melalui analisis semiotika, tokoh wanita yang ada dalam *Lovely Ladies* dapat dimaknai lebih dari satu makna. Tokoh wanita dalam *Lovely Ladies* selain digambarkan sebagai wanita cantik pada umumnya, ternyata juga dapat disimbolkan sebagai wanita berprestasi dan mampu menginspirasi banyak orang.

Meskipun *TalkMen.com* berusaha menggambarkan wanita dalam *Lovely Ladies* sebagai wanita yang berprestasi dan berpengaruh bagi masyarakat, dalam penelitian ini penulis masih menemukan beberapa hal yang berpotensi untuk membentuk makna atau kesan bahwa wanita hanya dijadikan sebagai objek pemuas pandangan pria saja. Pertama, penulis menemukan pemilihan kata yang cenderung bersifat 'nakal' yang terlihat dari judul yang mereka pilih dalam menuliskan profil dari Vinna Garcia, yaitu "Tutur Sensual Vinna Garcia". Dari judul ini terlihat bahwa Vinna Garcia digambarkan sebagai wanita yang dapat menggoda banyak pria dari tutur kata yang ia lontarkan. Selain itu, jurnalis dalam *Lovely*

Ladies edisi Vinna Garcia juga menuliskan kalimat yang cenderung mengarah ke arah vulgar dalam mendeskripsikan mengenai sosok Vinna Garcia.

“Paras cantiknya begitu sempurna dengan tutur sensual yang terlontar dari bibirnya. Wajahnya pun tersipu malu saat pertanyaan liar tiba-tiba tertuju pada dirinya.” (*Lovely Ladies*, 7 Maret 2014).

Kata-kata seperti ‘tutur sensual’ dan ‘pertanyaan liar’ dapat dikatakan sebagai kata yang mencerminkan tingkat sensualitas seseorang yang lebih cenderung ‘nakal’ dalam berbahasa. Contoh kedua adalah ekspresi dalam foto yang diatur oleh pihak *TalkMen.com* sebelum melakukan peliputan terhadap tokoh wanita. Ekspresi foto tersebut dapat dilihat pada profil Alexandra Asmasoebrata dan Vinna Garcia. Dalam profilnya, ekspresi yang diusung oleh Alexandra adalah dengan tatapan tajam matanya yang dapat diartikan sebagai tatapan berani dan menggoda dari Alexandra. Selain itu juga pada profil Vinna Garcia di mana ia terlihat sangat menggoda dengan ekspresi muka dan rambut panjangnya yang terurai dan sedikit berantakan. Ketiga adalah mengenai busana yang dipakai oleh tokoh wanita dalam *Lovely Ladies*. Adhitya Putri mengenakan *hotpants* atau celana di atas lutut yang memperlihatkan sebagian paha tokoh tersebut. Selain itu ada juga pakaian seksi berupa rok mini yang dipakai Alexandra Asmasoebrata dalam galeri *Lovely Ladies* memakai rok mini yang memperlihatkan sebagian besar bagian tubuhnya. Alexandra yang *notabene* adalah seorang pembalap wanita dikatakan kurang cocok memakai pakaian tersebut dalam *Lovely Ladies*. Pemilihan busana tersebut agaknya kurang berhubungan dengan tema yang sedang mereka angkat. Dengan melihat hal tersebut, pembaca tidak akan melihat Alexandra sebagai pembalap wanita yang berwajah cantik dan memiliki prestasi dalam bidang balap mobil, melainkan sebagai wanita cantik dan menggairahkan. Hal tersebut mampu menimbulkan anggapan bahwa kaum wanita masih dijadikan sebagai objek pemuas pandangan pria meskipun media tersebut berusaha memberikan kebebasan bagi para tokoh wanita di media mereka melalui *Lovely Ladies*.

Simpulan

Gender dalam media nampaknya selalu menjadi satu permasalahan penting. Feminitas dalam *TalkMen.com* yang terdapat dalam rubrik *Lovely Ladies* ditunjukkan dengan penggunaan kata sifat yang merujuk pada sifat kewanitaan seperti

cantik, lembut, manis, menyenangkan, ramah, dan sensual. Dengan menggunakan metode analisis semiotika Peirce dalam kelas tanda *icon* secara garis besar menunjukkan adanya fisik tokoh yang ada dalam *The Talk* dan *Lovely Ladies* ditunjukkan melalui foto dan norma yang ada. Selanjutnya dalam kelas *index* ditunjukkan dengan adanya hubungan sebab akibat dari kemunculan tanda yang dianggap menarik, misal kemunculan mobil balap dalam *feature* Alexandra yang menandakan bahwa ia adalah seorang pembalap wanita. Lalu, pada kelas *symbol* dengan adanya hubungan antara penanda dan petandanya sesuai dengan hasil kesepakatan, misal Vinna Garcia yang digambarkan atau disimbolkan sebagai wanita cantik dan sensual.

Di sini *TalkMen.com* merepresentasikan feminisme dalam media mereka sebagai penghargaan bagi kaum wanita dengan memberikan kebebasan bagi tokoh wanita dalam media mereka dan memberikan porsi pemberitaan yang sama melalui *The Talk* dan *Lovely Ladies* sesuai dengan pemahaman feminisme liberal yang memperjuangkan kebebasan baik dalam ranah pribadi maupun publik. Namun, dari hasil temuan ditemukan penggunaan kata atau foto dalam *Lovely Ladies* yang dianggap menimbulkan kesan bahwa media *TalkMen.com* masih menganggap wanita sebagai pemuas pandangan pria. Pemilihan kata yang cenderung bersifat ‘nakal’ yang terlihat dari judul yang mereka pilih dalam menuliskan profil dari Vinna Garcia, yaitu “Tutur Sensual Vinna Garcia”. Dari judul ini terlihat bahwa Vinna Garcia digambarkan sebagai wanita yang dapat menggoda banyak pria dari tutur kata yang ia lontarkan.

Daftar Pustaka

Buku

- Baran (2012). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. United States: McGraw-Hill.
- Bungin, Burhan (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Craig, Richard (2005). *Online Journalism: Reporting, Writing and Editing for New Media*. Boston: Wadsworth.
- Griffin, EM. (2006). *First Look at Communication Theory*. 8th- International Edition. Singapore: McGraw – Hill Education (Asia).
- Hall, Stuart (2003). *The Work of Representation. Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication.
- Herdiansyah, Haris (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hoed, Benny (2010). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Hollow, Joanne (2000). *Feminisme, Feminitas, dan Budaya Populer*. Jakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Subandy (2011). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Bandung: Jalasutra.
- Pawito (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Romli, Asep (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Silalahi, Ulber (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sobur, Alex (2006). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumadiria, Haris (2011). *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

I. Jurnal, Skripsi, dan Tesis

- Ayun, Primada Qurrota (2011). *Representasi Perempuan dalam Rubrik "Sosialita" Koran Kompas*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Christandi, Denny Briellian (2013). *Representasi Perempuan dalam Film Sang Penari, Kajian Semiotika Roland Barthes*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Fajriah, Nurlaelatul (2011). *Analisis Semiotik Film Cin(T)a Karya Samaria Simanjuntak*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Kurnia, Novi Kurnia (2004). *Representasi Maskulinitas dalam Iklan*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Kusumawati (2010). *Gaya Bahasa yang Digunakan dalam Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah di Televisi*. Solo: Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Putra, Prastia (2009). *Kegiatan Penulisan Berita dan Feature pada Bagian Redaksi Majalah a+*. Jakarta: Universitas Pelita Harapan.
- Rawung, Lidya Ivana (2013). *Analisis Semiotika Pada Film Laskar Pelangi*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Rosalina (2012). *Representasi Maskulinitas dalam Iklan, Analisis Semiotika Iklan Produk Khusus Pria:Extra Joss, Surya Pro Mild, dan Vaseline Men Face Moisturiser*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Saida Akmalia (2009). *Gaya Bahasa dalam Cerita Madre Karya Dewi Lestari*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Sudarwati, dan Jupriono (1997). *Betina, Wanita, Perempuan: Telaah Semantik Leksikal, Semantik Historis, Pragmatik*. Surabaya: Universitas 17 Agustus.
- Widiastuuti, Tuti (2004). *Distorsi Makna dan Nilai Profeminisme dalam Iklan Layanan Masyarakat Program Keluarga Berencana dan Kesehatan Reproduksi: Sebuah Kajian pada Iklan Layanan Masyarakat Produksi BKKBN Tahun 1970-2000*. Jakarta: Universitas Indonesia.

II. Publikasi Elektronik

- Bambang Sukma Wijaya Wordpress (2008). *Teori-teori Semiotika, Sebuah Pengantar*. <http://bambangukmawijaya.wordpress.com/2008/02/19/teori-teori-semiotika-sebuah-pengantar/>. Diakses pada 2 Juli 2014.
- Id Techasia (2014). *Inilah 7 Website Terpopuler Yang Menyajikan Konten Khusus Pria di Indonesia*. <http://id.techinasia.com/7-portal-online-pria-indonesia/>. Diakses pada 22 Juli 2014.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia (2011). *Gender*. <http://www.kemempwa.go.id/v3/index.php/glosari/gender>. Diakses pada 24 Juli 2014.
- Studi Mode (2012). *Gender In The Mass Media Projecting*. <http://www.studymode.com/essays/Gender-In-The-Mass-Media-Projecting-1143003.html>. Diakses pada 2 Juli 2014.
- TalkMen.com (2014). *Adhitya Putri, Dwell on the Beauty of Life*. <http://www.talkmen.com/articles/read/962/adhitya-putri-dwell-on-the-beauty-of-life/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *Aisya Adiputri - True Beauty, Inside and Out*. <http://www.talkmen.com/articles/read/402/women-we-love-14-aisya-adiputri/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *Alexandra Asmasoebrata – The Fast and Fabulous*. <http://www.talkmen.com/articles/read/378/women-we-love-12-alexandra-asmasebrata/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *Gadis Ayunda Rusman - Domineering Girl Who Loves Music*. <http://www.talkmen.com/articles/read/343/women-we-love-9-gadis-ayunda-rusman/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *The Talk – Fariz RM*. <http://www.talkmen.com/articles/read/973/the-talk-fariz-rm/>. Diakses pada 25 Juni 2014.
- (2014). *The Talk: Addie MS*. <http://www.talkmen.com/articles/read/541/the-talk-addie-ms/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *The Talk: Ardiansyah Bakrie*. <http://www.talkmen.com/articles/read/503/the-talk-ardiansyah-bakrie/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *The Talk: Denny Soemargo*. <http://www.talkmen.com/articles/read/294/the-talk-denny-sumargo/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *The Talk: Dion Wiyoko*. Diakses pada 29 Maret 2014. <http://www.talkmen.com/articles/read/891/the-talk-dion-wiyoko/>. Diakses pada 29 Maret 2014.
- (2014). *Tutur Sensual Vinna Garcia*. <http://www.talkmen.com/articles/read/1340/tutur-sensual-vinna-gracia/>. Diakses pada 29 Maret 2014.



Call for Paper

**Terbit 2 (dua) kali setahun
setiap bulan Februari & Agustus**

Kami mengundang Anda para akademisi, praktisi dan konsultan komunikasi untuk mengirimkan tulisan hasil penelitian (*research paper*), hasil pemikiran (*conceptual paper*) maupun studi kasus dengan topik-topik menarik yang dapat memberikan perspektif baru dan memperkaya khasanah ilmu komunikasi, terutama di bidang-bidang:

- komunikasi korporat dan kehumasan
- komunikasi pemasaran dan periklanan
- komunikasi media massa dan jurnalistik
- komunikasi dan manajemen merek
- komunikasi dan media kreatif
- komunikasi organisasi
- komunikasi sosial
- komunikasi antarbudaya
- komunikasi politik
- komunikasi religi
- komunikasi kesehatan
- komunikasi teknologi
- komunikasi lingkungan
- komunikasi pendidikan & pembangunan
- psikologi komunikasi
- semiotika komunikasi
- riset khalayak konsumen
- riset media dan khalayak media
- riset new media dan berbagai perspektifnya
- dan topik-topik lain berkaitan dengan **komunikasi**

Syarat-syarat teknis kelaikan artikel:

- ~ Menggunakan jenis huruf Calibri
- ~ Ukuran huruf 11pt dengan spasi 1,5
- ~ Tulisan antara 20-30 halaman, termasuk daftar pustaka dan lampiran
- ~ Marjin kiri & atas 4 cm dan kanan & bawah 3 cm
- ~ Kertas ukuran A4

Deadline penerimaan naskah:

- 31 Mei **untuk** edisi Agustus
- 30 November **untuk** edisi Februari

Diterbitkan oleh:



**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie**