

REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MAJALAH *LIFESTYLE*
(Analisis Isi Majalah *Cosmopolitan* Periode 2003-2005)

WOMEN REPRESENTATION IN LIFESYLE MAGAZINE
(Content Analysis In Magazine of *Cosmopolitan* Within 2003-2005)

Nina Sofiana; Fera Arsantie; Nia Amalia Rosmana; Scholastika Febriati

Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UPDM (B) Jakarta
Naskah diterima Pebruari 2013; direvisi Mei 2013; disetujui terbit 27 Juni 2013.

ABSTRACT

Goal of this research whose title is “representation of woman in Lifestyle magazine (content analysis in Cosmopolitan magazine within period 2003–2005)” is to obtain description of woman in lifestyle magazine which is viewed from article identity, article contents, representation of figures in article, presentation technique of article. Background of this research is lifestyle problem in consumer society of Indonesia which grow in pararel with history of economy globalization capitalism transformation indicated by emerging shopping centers. For Indonesian, lifestyle become a serious attention almost for all peoples since lifestyle trends and modernity structure shift are interrelated by institutional reflectivity. Nevertheless, lifestyle becomes more important in self identity and daily activities. This research approach is quantitative. The method is content analysis which is used to group articles on the basis of its themes. Content analysis is used to code various article on the basis of article freqwency in Cosmopolitan magazine from 2003-2005. Sampling technique used is random sampling. This research shows that woman representation in lifestyle magazine is not fair and there is no significant difference in Lifestyle magazine artikel.

Keywords: Representation; Women; Lifestyle.

ABSTRAK

Penelitian berjudul “Representasi Perempuan dalam majalah *lifestyle* (Analisis isi majalah *Cosmopolitan* periode 2003–2005)” ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Representasi Perempuan dalam majalah *lifestyle* dilihat dari aspek- aspek identitas artikel, isi artikel, representasi tokoh di dalam artikel, teknik penyajian artikel/rubrik. Dasar penelitian ini yaitu karena persoalan gaya hidup dalam masyarakat konsumen Indonesia telah tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya. Dalam masyarakat Indonesia urusan gaya mulai menjadi perhatian sangat serius hampir pada semua orang karena perkembangan gaya hidup dan perubahan struktural modernitas saling terhubung melalui reflektivitas institusional. Kendati demikian pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. Penelitian menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengelompokkan artikel–artikel yang terkait dengan tema. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkodekan berbagai kategori artikel yang ada berdasarkan frekwensi kemunculan artikel dalam majalah *Cosmopolitan* dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2005. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Representasi Perempuan dalam majalah *Lifestyle* dilakukan dengan cara tidak seimbang dan tidak ada perbedaan signifikan antara artikel dalam majalah *Lifestyle*.

Kata-kata kunci: Representasi; Perempuan; *lifestyle*.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Dalam sebuah masyarakat persoalan gaya adalah segalanya, di sisi lain perhatian ilmuwan, akademisi atau teoritis budaya masih tergolong langka. Dalam masyarakat Indonesia urusan gaya mulai menjadi perhatian serius hampir bagi semua setiap orang. Masyarakat konsumen Indonesia tampaknya tumbuh beriringan dengan globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan seperti: *shopping mall*, industri waktu luang, industri *mode* atau *fashion*, industri kecantikan, industri kuliner, industri nasihat, industri gosip,

kawasan huni mewah, apartemen, *real estate*, gencarnya iklan barang-barang supermewah dan liburan wisata ke luar negeri, berdirinya sekolah-sekolah mahal (dengan label “plus”), kegandrungan terhadap merk asing, makanan serba instan (*fast food*), telepon seluler (HP), dan tentu saja serbuan gaya hidup lewat industri iklan dan televisi yang sudah sampai ke ruang yang paling pribadi dan mungkin masuk ke jiwa kita yang paling dalam.

Pada saat yang bersamaan di kalangan sebagian masyarakat muncul pula gaya hidup alternatif, gerakan “kembali ke alam”, ke hal-hal yang dianggap bersahaja seperti kerinduan akan kampung halaman atau surga yang hilang, dan gaya hidup spritualisme baru yang seakan-akan menjadi antitesis dari *glamour fashion* yang sekarang juga sudah tidak malu-malu lagi dipamerkan oleh kaum borjuis, OKB (orang kaya baru) di Indonesia.

Studi mengenai gaya hidup masih tergolong sangat minim di tanah air. Sekalipun begitu, tetap ada beberapa studi dan analisis yang lumayan cerdas terutama hubungan dengan gaya hidup kelas menengah. Persoalan gaya hidup belum menjadi perbincangan intelektual yang menghasilkan literatur yang kaya, dan belum tersosialisasi dengan baik di kalangan ilmuan maupun akademisi yang menggeluti persoalan masyarakat. Gaya hidup hanya dijadikan nama kolom atau rubrik di media atau di tabloid dan majalah populer untuk menampung gosip, hobi, kebiasaan, busana dan aktivitas waktu santai dari orang-orang yang dianggap keren dan beken. Selain itu untuk memasarkan produk, fashion dan sudah pasti juga menanamkan gaya hidup yang dikemas dengan cantik dan halus dalam rubrik infotainment atau infomercial atau *advertorial* di media. Tentu saja persoalan gaya hidup tidak sesederhana seperti halnya potret kehidupan kelas menengah, OKB, orang sukses atau selebriti di kolom gaya hidup media populer atau kisah cinta dan sukses seseorang di televisi seperti “*famous to famous*”.

Meskipun hanya sandiwara, meniru-niru bahkan berpura-pura seperti halnya orang yang berduit juga bisa berlagak sok miskin. Bukan hanya penganut ideologi hemat atau asketisme dan bukan pula karena pengaruh kampanye pola hidup sederhana, tapi lebih karena pilihan gaya. Dalam masyarakat seringkali cita rasa dan gaya hidup sudah tidak jelas lagi batas-batasnya. Gaya hidup ini bukan lagi monopoli suatu kelas tapi sudah lintaskelas. Kelas atas, menengah, bawah sudah bercampur dan terkadang dipakai berganti-ganti. Gaya hidup yang ditawarkan melalui iklan menjadi lebih beraneka-ragam dan cenderung mengambang bebas sehingga tidak lagi menjadi milik eksklusif kelas tertentu dalam masyarakat melainkan menjadi citra yang mudah ditiru, dijilblak, dipakai sesuka hati oleh setiap orang.

Chaney menunjukkan bahwa persoalan gaya hidup adalah persoalan yang kompleks dan menuntut penjelasan dari berbagai disiplin akademis mulai dari sosiologi, antropologi, semiotika, hermeneutika, studi komunikasi dan studi budaya (*cultural studies*). Untuk memperkaya argumen-argumennya, Chaney banyak mengutip pendapat dari para pemikir poststrukturalis dan posmodernis terkemuka yang menyoroti seluk beluk gaya hidup masyarakat disertai kritik terhadap efek kapitalisme dalam mengombang-ambingkan gaya dan gaya hidup masyarakat konsumen. Chaney juga membandingkan analisis dari para pemikir tersebut dan mengajukan contoh-contoh yang kaya, terutama mengenai pergeseran cita rasa dan gaya hidup di sejumlah negara Eropa sejak revolusi industri tumbuh pada pertengahan abad ke 18 yang menambah marak pasaran dunia dengan komoditi manufaktur baru.

Gaya hidup yang dipahami Chaney sebagai proyek refleksif dan penggunaan fasilitas konsumen secara sangat kreatif. Ini mengingatkan pada pendapat Anthony Giddens bahwa dalam tatanan posttradisional (modernitas), diri (*self*) menjadi suatu proyek refleksif. Chaney menekankan pandangannya bahwa gaya hidup merupakan konsep refleksif. Chaney lebih menunjukkan bahwa dalam negosiasi praktis dari dunia kehidupan tertentu, makna dari cara-cara menggunakan sumber daya simbolik konsumsi massa diubah menjadi obyek atau praktek yang kasat mata yang merupakan metafor bagi diri mereka sendiri.

Mengutip pemikiran Giddens, Chaney menambahkan bahwa perkembangan gaya hidup dan perubahan struktural modernitas saling terhubung melalui reflektivitas institusional: “karena keterbukaan” (*openness*) kehidupan sosial masa kini, pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam ‘otoritas’, pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. Menurut Giddens identitas diri adalah suatu proyek yang diwujudkan dan dipahami oleh para individu dengan cara-cara pendirian mereka sendiri serta cara menceritakan mengenai identitas personal dan biografi mereka. Maka tampak bahwa gaya hidup dianggap merupakan proyek yang lebih penting daripada aktivitas waktu luang yang khas, dan Giddens mengingatkan bahwa gagasan gaya hidup telah dikorupsi oleh konsumerisme pasar terutama ketika telah menjadi tema ideologis

dalam politik non liberal, sepertinya menawarkan kebebasan memilih dan mempromosikan individualisme. Giddens sendiri berpendapat bahwa komodifikasi dalam diri (*selfhood*) melalui *genre* narasi media (*media narratives*), begitu pula strategi-strategi pemasaran yang menekankan gaya terhadap biaya investasi makna personal.

Cara khusus yang dipilih seseorang untuk mengekspresikan diri tidak disangsikan merupakan bagian dari usaha mencari gaya hidup pribadinya. Dengan cara yang sama biasanya mengindividualisasikan gaya hidup, namun selalu ada kemiripan yang jelas dengan salah satu model gaya hidup yang telah dipaketkan dan dipasarkan oleh suatu subkultur. Dalam menjajakan model gaya hidup dan memikat perhatian, subkultur biasanya menyerang milik psikologis konsumen yang paling rawan seperti citra diri (*self image*). Dengan diombang-ambing oleh banyak janji psikologis mereka, mempengaruhi khayalan yang paling pribadi mungkin dengan cara yang jauh lebih canggih dan halus dibandingkan dengan indoktrinasi rezim politik yang paling otoriter sekalipun.

Dalam perburuan gaya, senantiasa dilakukan pencarian “pahlawan-pahlawan” untuk ditokohkan dan ditiru. Pencarian gaya ini adakalanya menggelisahkan, menyakitkan serta mengairahkan. Para pencari gaya ibarat wanita yang membolak-balik halaman mode di majalah populer untuk menemukan pola busana yang cocok untuk tampil menawan atau ibarat pria yang membolak-balik halaman kalender model rambut terkini di sebuah salon khusus pria untuk mencari potongan rambut yang dianggap paling trendi. Dengan demikian, perburuan gaya hidup berarti berburu penampilan diri di muka publik, di tengah-tengah dunia dan sekaligus perburuan identitas di pentas konsumsi massa.

Dalam gaya hidup penampilan adalah segalanya, perhatian terhadap urusan penampilan sebenarnya bukan hal yang baru dalam sejarah. Urusan penampilan atau presentasi diri telah lama menjadi perbincangan sosiolog dan kritikus budaya. Erving Goffman dalam “*The Presentation of Self in Everyday life*” (1959), mengemukakan bahwa kehidupan sosial terdiri dari penampilan teatrikal yang diritualkan namun lebih dikenal dengan pendekatan dramaturgi (*dramaturgical approach*) bahwa bertindak seolah-olah di atas sebuah panggung. Bagi Goffman penggunaan ruang, barang-barang, bahasa tubuh, ritual interaksi sosial tampil untuk memfasilitasi kehidupan sosial sehari-hari.

Penampilan diri justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” bahkan tubuh/diri (*body/self*) justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dalam kehidupan sehari-hari menjadi sebuah proyek penyemaian hidup, itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan. Dalam ungkapan Chaney “penampakan luar” menjadi salah satu situs yang penting bagi gaya hidup.

Chaney mengatakan, pada akhir modernitas semua yang dimiliki akan menjadi budaya tontonan (*a culture of spectacle*). Semua orang ingin menjadi penonton dan sekaligus penonton, ingin melihat sekaligus juga dilihat. Disini gaya mulai menjadi modus keberadaan manusia modern. Kamu bergaya maka kamu ada, jika kamu tidak bergaya bersiap-siaplah untuk dianggap “tidak ada”. Kini gaya hidup demikian bukan lagi monopoli artis, model, peragawan (wati) atau selebriti yang memang sengaja mempercantik diri untuk tampil di panggung tapi gaya hidup golongan penganut dandysim kini sudah ditiru secara kreatif oleh masyarakat untuk tampil sehari-hari, ke tempat kerja, seminar, arisan, undangan resepsi perkawinan, ceramah agama atau sekedar jalan-jalan.

Ketika gaya menjadi segala-galanya dan segala-galanya menjadi gaya, maka perburuan penampilan dan citra diri juga akan masuk dalam permainan konsumsi. Urusan bersolek kini tidak hanya rekayasa tubuh (*body building*) yang ditandai dengan menjamurnya *fitness centre* atau pusat kebugaran dan kebiasaan berdiet atau operasi plastik di kalangan wanita atau pria. Tampaknya urusan tampangisme atau wajahisme (*lookism/faceism*) kini mulai menjadi persoalan serius dengan perburuan kecantikan dan untuk selalu tampil menjadi yang tercantik (tertampun) tidak hanya di pentas dunia *fashion*, tapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Salah seorang psikolog Amerika terkemuka, Nancy Etcoff dalam “*Survival of the Prettiest: The Science of Beauty* (1999) menyebut gejala tersebut dengan “*lookism*”. *Lookism* adalah teori yang menganggap bahwa bila lebih baik tampilan anda, maka akan lebih sukseslah anda dalam kehidupan. Citra mendominasi persepsi, pikiran, penilaian akan penampilan wajah, kulit atau tampang seseorang.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan memfokuskan permasalahannya pada dua hal, pertama, seberapa besar representasi wanita dalam majalah *lifestyle*? Kedua, apakah ada atau tidak perbedaan representasi wanita dalam majalah *lifestyle*? Dengan rumusan masalah ini, maka penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara deskriptif tentang representasi wanita dalam majalah *lifestyle* dan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan representasi wanita dalam

majalah *lifestyle*. Dengan maksud tersebut, secara akademis penelitian ini diharapkan akan memberikan alternatif pengetahuan khususnya dalam mengukur isi media tentang representasi wanita dalam majalah *lifestyle* dan menambah pemahaman metode *content analysis* bagi para peminat yang akan melakukan penelitian isi media massa. Sementara secara praktis, diharapkan dapat berfungsi sebagai bahan masukan bagi pembaca majalah *Cosmopolitan* untuk menilai representasi perempuan dalam majalah *lifestyle* yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan menambah sikap kritis masyarakat khususnya dalam hal menyampaikan aspirasi serta mengkritisi majalah *Cosmopolitan*.

Kerangka Teori

-Representasi Realitas dalam Media Cetak

Menurut Kamanto Sunarto (2000, 28-29), media cetak sebagai agen sosialisasi masyarakat, sedangkan menurut McQuail media cetak memiliki fungsi utama sebagai informasi, korelasi, kesinambungan, hubungan dan mobilisasi. Dalam fungsi informasi, media cetak berfungsi untuk menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia, menunjukkan hubungan kekuasaan dan memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan. Sedangkan fungsi korelasi menjelaskan bagaimana media cetak berfungsi menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi melakukan sosialisasi dan membentuk kesepakatan.

Dalam fungsi kesinambungan, fungsi media cetak adalah mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus serta perkembangan budaya baru, serta melestarikan nilai-nilai. Sesuai namanya fungsi hiburan berarti menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan sosial. Mobilisasi berarti mengampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan juga bidang agama.

Menurut Walter Lippmann (1998, 3-28), fungsi media adalah pembentuk makna di mana interpretasi media massa akan berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka. Dengan dalilnya yang terkenal, *world outside and pictures in our heads*. Lippmann sudah sejak lama menyadari fungsi media sebagai pembentuk gambaran realitas yang sangat berpengaruh terhadap khalayaknya.

Menurut Brent D. Ruben (1992, 14) interpretasi pesan terjadi ketika kita sudah memutuskan atau maksud suatu pesan yaitu apakah fiksi atau nonfiksi, serius atau humor, bertentangan atau mendukung, menghibur, mengkhawatirkan. Dalam media cetak, faktor yang menentukan interpretasi suatu pesan adalah status media cetak serta setting atau penilaian terhadap media cetak tersebut. Melihat fungsi media cetak ini, maka kita bisa menyimpulkan bahwa media cetak memiliki peranan besar dalam mempengaruhi dan membentuk opini masyarakat akan suatu masalah.

Sebagai sumber informasi dalam masyarakat, media cetak lazim melakukan berbagai tindakan dalam konstruksi realitas di mana hasil akhirnya berpengaruh kuat terhadap pembentukan makna atau citra tentang suatu realitas. Salah satu tindakan itu adalah dalam hal simbol (bahasa). Misalnya, sekalipun media cetak hanya bersifat melaporkan, jika pemilihan kata istilah atau suatu simbol yang secara konvensional memiliki arti tertentu di tengah masyarakat tersebut. Menurut Muhammad Edy Susilo (dalam Alex Subur 2002, 92) menyebutkan bahwa media cetak bukan menyajikan realitas yang sebenarnya melainkan *second hand reality*. Produksi realitas oleh media cetak tidak dapat dipisahkan dari hubungan media dengan institusi lain dan dengan publiknya, yaitu: a) terdapat beberapa kaidah normatif atau filsafat umum menyangkut hubungan yang baik antara “pers” dengan masyarakat. Kaidah normatif ini biasa disebut dengan “teori normatif tentang pers”; b) terdapat beberapa ikatan formal dalam wujud peraturan hukum, yang dalam beberapa hal membatasi kebebasan media tetapi dalam beberapa hal lainnya justru mengarahkan ke sasaran yang positif; c) terdapat hubungan ekonomi yang mengaitkan media dengan institusi sosial lainnya.; d) terdapat banyak hubungan informal antara media dengan masyarakat yang berlangsung secara dua arah dan diwarnai oleh hubungan timbal balik.

Dalam pola hubungan ini banyak hal yang terjadi, khususnya upaya untuk mempengaruhi media; upaya media untuk memperoleh sumber dan informasi dari kalangan masyarakat elit kontak antar pihak dalam lingkungan sosial yang sama. Hal ini mendorong media ke posisi yang lebih dekat dengan institusi sumber dan pusat kekuasaan dalam masyarakat daripada dengan khalayak masa datangnya.

Denis McQuail mengatakan pola hubungan antara media dengan institusi lain dan dengan khalayaknya merupakan bagian dari sejarah perkembangan setiap media massa dalam masyarakatnya sendiri. Pada awalnya, media juga menerapkan kegiatan dan konvensi sebagaimana yang diterapkan oleh institusi nasional lainnya. Hal ini tampak dalam isi media, media mendapat tekanan dari kekuatan sosial politik setempat dan tuntutan untuk memenuhi harapan khayaknya. Media mencerminkan,

menyajikan dan kadang-kadang pula berperan serta aktif untuk memenuhi kepentingan nasional yang ditentukan oleh para aktor dan institusi lain yang lebih kuat.

Menurut **Ibnu Hamad** (2004) dalam teori normatif pers, kita juga bisa melihat bagaimana sistem politik yang diterapkan oleh sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja media massa. Negara itu memengaruhi cara media massa tersebut mengonstruksi realitas. Sesuai pengelompokan menurut Siebert dkk (1986) bahwa sistem pers di dunia terbagi atas empat jenis: otoritarian, libertarian, tanggung jawab sosial, dan komunis soviet. Dari keempatnya, aspek yang langsung terkait dengan konstruksi realitas adalah konsep, makna, dan pelaksanaan kebebasan persnya.

Dalam perkembangannya, sistem pers yang diterapkan di Indonesia adalah gabungan antara libertarian dan tanggung jawab sosial. Sistem pers di Indonesia menjamin para pekerja media menuangkan apa saja (berita) yang ingin dikemukakannya dengan bebas. Freedom for expression benar-benar dilaksanakan, sehingga realitas yang tampil pun mendekati aslinya. Namun dalam masalah-masalah tertentu, realitas dibingkai sehingga tidak merusak moral masyarakat. Penyajian realitas menjadi tergantung pada persepsi jurnalis (wartawan atau media cetak) terhadap suatu peristiwa yang dikaitkan dengan moralitas sosial dan bisikan hati nuraninya. Jadi ada kekuatan yang tarik-menarik antara kebebasan pers dan tanggung jawab sosial pers dalam memberitakan suatu peristiwa, termasuk berita kampanye dan pemilihan presiden dan wakil presiden 2004.

Dalam Siahaan (2001, 163) kekuasaan (politik/ekonomi, dan budaya/ komunalisme), disadari atau tidak, dimungkinkan menyusup ke dalam pemberitaan. Penyusupan dan disadari merupakan hasil kolusi antara pengelola media dan memegang kekuasaan untuk meraih kepentingan ideologis atau pun ekonomis tertentu. Tetapi pengelola media maupun para jurnalis bisa juga terjebak mereproduksi kekuasaan dalam pemberitaan tanpa sengaja, sehingga tanpa disadari ia menjadi alat kekuasaan.

Apabila dikaitkan dengan wacana politik bahasa tidak lagi dipandang sebagai alat atau media netral, tapi merupakan representasi dalam dirinya sendiri dari hubungan-hubungan politis, dan ruang bagi penggelaran kuasa-kuasa tertentu, tak pelak lagi bahasa dalam media massa pasti mengandung keberpihakan tertentu, hal itu tidak dapat disangkal. Dengan demikian, obyektifitas pemberitaan dalam media massa harus dipertanyakan. Dan ini sangat tergantung dari proses pengumpulan fakta yang dilakukan jurnalis wartawan atau awak media. (Siahaan 2001, 193).

Menurut **Ispandriano** (2002, 271) kreasi atau konstruksi peristiwa yang dilakukan oleh pekerja media akan sangat tergantung kepada bahan-bahan yang dipakai dalam melakukan konstruksi dan sumber-sumber yang menjadi bahan untuk rekonstruksi. Konstruksi realitas yang dilakukan oleh media sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti afiliasi ideologis dari pengelola media, lingkungan sosio-politis tempat media berada, sumber-sumber acuan yang digunakan media serta sumber-sumber kehidupan media.

Menurut **Stuart Hall (dalam Nuraini Juliastuti** 2000) rekonstruksi atau representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut "pengalaman berbagi". Seorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada di situ membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam "bahasa" yang sama dan saling berbagi konsep-konsep yang sama.

Dalam pengertian representasi ini, kita bisa melihat akan adanya kode-kode kebudayaan yang dibagikan, yaitu kode-kode yang telah dikenal dan dimiliki bersama oleh masyarakat. Artinya, pesan yang dikemas dan direpresentasikan oleh media massa dapat dipahami masyarakat sesuai dengan kode-kode tersebut. Dalam definisi di atas juga disebutkan tentang "bahasa" yang sama, ini semakin memperlengkapi pemahaman kita tentang representasi itu sendiri, yaitu ada suatu "bahasa" yang sama sedang dibagikan oleh media massa kepada masyarakat.

Menurut **Alex Sobur** (2002, 93) media sesungguhnya memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi. Peran media sangat penting karena menampilkan sebuah cara dalam memandang realita. **Volosinov** menyatakan, "When ever a sign present, ideology is present to". Dengan demikian jelas bahwa media tidak bisa dianggap berwajah "netral" dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak pembaca.

Nick Lacey (1998, 132) berpendapat setiap obyek dan individual memiliki konotasi spesifik. Maksudnya setiap obyek dan individual memiliki nilai tertentu dalam masyarakat, atau sering disebut sebagai stereotip dalam media massa, khususnya dalam media cetak (seterusnya akan dikhususkan kepada media cetak). Setiap tanda diasosiasikan dengan makna tertentu. Makna inilah yang mewarnai representasi oleh media cetak kepada khalayak.

- Media dan Gender

Media adalah salah satu instrumen utama dalam membentuk konstruksi gender pada masyarakat. Media yang memiliki karakteristik dengan jangkauannya yang luas, bisa menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan konstruksi gender kepada masyarakat. Pengertian **gender** adalah pembagian peran serta tanggung jawab baik laki-laki maupun perempuan yang ditetapkan masyarakat maupun budaya. Pembagian peran, sifat maupun watak perempuan dan laki-laki dapat dipertukarkan sehingga berubah dari masa ke masa dan dari tempat dan adat satu ke yang lain serta dari kelas kaya ke kelas miskin. Gender memang bukan kodrat atau ketentuan Tuhan, melainkan buatan manusia, masyarakat atau konstruksi sosial.

Table 1
Perbedaan Sex dan Gender

SEKS	GENDER
Tidak bisa berubah	Bisa diubah
Tidak bisa dipertukarkan	Bisa dipertukarkan
Berlaku di mana saja	Bergantung budaya
Berlaku bagi kelas dan warna kulit apa saja	Berbeda antar kelas dengan kelas lain
Ditentukan oleh Tuhan atau kodrat	Bukan kodrat Tuhan tetapi buatan manusia

Perbedaan gender sesungguhnya tidak menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender. Namun timbul persoalan ketika perbedaan gender telah melahirkan berbagai ketidakadilan, walaupun laki-laki tidak menutup kemungkinan akan menjadi korban ketidakadilan gender tetapi perempuan masih tetap menduduki peringkat tertinggi sebagai korban ketidakadilan gender. Menurut **Mansour Fakih** ketidakadilan gender termanifestasikan dalam berbagai bentuk ketidakadilan, diantaranya marjinalisasi atau proses kemiskinan ekonomi, subordinasi atau anggapan tidak penting dalam keputusan politik, pembentukan stereotipe atau melalui pembelaan negatif, kekerasan, beban kerja lebih panjang atau lebih banyak, serta sosialisasi ideologi peran gender.

Ketidakadilan gender inilah yang digugat kalangan feminis yang berangkat dari suatu kesadaran akan suatu penindasan dan pemerasan terhadap wanita dalam masyarakat, apakah itu di tempat kerja atau dalam konteks masyarakat makro serta tindakan sadar baik oleh perempuan atau pun laki-laki dalam mengubah keadaan tersebut. **Rosemary Thong** dalam “Feminist Through A Comprehensive Introduction”, menunjukkan beberapa perspektif feminis yang berkembang di dunia antara lain: feminis liberal, feminis marxis, feminis radikal, feminis psikologis, feminis sosial, feminis eksistensialis dan feminis post modern.

Feminis liberal memberikan penekanan pada terjadinya subordinasi perempuan di masyarakat, hal ini disebabkan oleh adanya hambatan hukum dan adat yang menghalangi perempuan untuk masuk dengan lingkungan publik. Feminisme marxis berpendapat bahwa ketertinggalan perempuan bukan disebabkan oleh tindakan individu yang disengaja, melainkan akibat dari struktur sosial, politik dan ekonomi yang berkaitan erat dengan sistem kapitalis. Feminisme radikal, lebih memberikan perhatian pada permasalahan reproduksi dan seksualitas kaum perempuan. Asumsi yang dibangun adalah bahwa **patriarki**, yaitu sistem kekuasaan dalam keluarga dan masyarakat yang lebih memberikan posisi dominan pada laki-laki sehingga menyebabkan keterbelakangan perempuan. Oleh karena itu, sistem patriarki tidak saja harus dirombak tetapi juga harus dicabut hingga akarnya.

Feminisme psikoanalisis bertitik awal dari Teori Freud yang menyatakan: “seksualitas merupakan unsur krusial dalam pengembangan relasi gender”. Menurut **Freud**, seksualitas perempuan dan laki-laki berbeda. Perbedaan gender ini berakar pada psikis mereka yang disebabkan perbedaan aspek biologis. Feminisme sosialis, memandang kapitalisme dan patriarki merupakan ideologi yang menyebabkan terjadinya penindasan terhadap perempuan. Perspektif feminis sosial memandang media sebagai instrumen dalam menyampaikan stereotif, patriarki dan nilai-nilai hegemoni mengenai wanita dan feminis. Media berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial, menurut perspektif ini media menampilkan kapitalisme dan skema patriarki yang dianggap sebagai sistem yang paling menarik dan

tersedia. Atas dasar berbagai ketidakadilan terhadap perempuan yang selalu digugat oleh kaum feminis, perlu kesetaraan gender dalam berbagai sektor kehidupan termasuk media massa harus berperspektif gender dalam menyebarkan pemberitaannya.

Terbentuknya pemahaman perspektif gender diharapkan tidak saja mengubah cara pandang masyarakat dalam menghadapi keberadaan kaum perempuan, namun diharapkan mampu menepis pandangan negatif yang cenderung diskriminatif dan berbias gender. Dimasukkannya media massa sebagai satu dari 12 landasan aksi Deklarasi Beijing menunjukkan bahwa peran media massa menjadi sangat strategis untuk membantu perempuan lepas dari ketertindasannya selama ini. Media massa mampu menjadi kekuatan positif untuk mengangkat harkat dan status hukum perempuan dalam relasi gender. Hanya saja perlu diwaspadai, karena pada peluang yang sama media massa bisa sekaligus berubah menjadi virus yang justru semakin memperburuk posisi perempuan.

Jika dilihat dari perilaku media, rasanya tidak berlebihan untuk meragukan sifat pembebasan media yang selama ini didengungkan bahkan sebagai senjata kelompok marginal. Secara arogan media massa mengaku memiliki hak untuk menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak seharusnya dilakukan oleh perempuan. Dalam hal ini, media massa telah menjadi sekedar perpanjangan penindasan laki-laki terhadap perempuan.

Media massa sebagai penerus aspirasi masyarakat, jika tidak diskriminatif gender sebenarnya adalah alat yang bisa diandalkan bagi perempuan untuk menyuarakan kepentingan mereka. Apalagi di era reformasi sekarang ini, di mana media massa mempunyai akses bebas terhadap sumber-sumber berita dan kebebasan mengemukakan gagasannya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivist, yang memilih subyek peneliti dengan obyek penelitian yakni memisahkan subyek dari obyek agar dapat diperoleh hasil yang obyektif. Dalam paradigma ini, kebenaran dicari melalui hubungan kausal linier (tiada akibat tanpa sebab, dan tiada sebab tiada akibat), dituntut bebas nilai, mengejar obyektivitas agar dapat ditampilkan prediksi atau hukum yang keberlakuannya bebas waktu dan tempat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menuntut adanya rancangan penelitian yang menspesifikasikan obyeknya secara eksplisit dieliminasi dari obyek-obyek lain yang tidak diteliti. Pendekatan ini menuntut adanya tata fikir logik, metodologi korelasi, kausalitas, dan interaktif, dan obyek data ditata dalam tata fikir kategorisasi, interfalisasi, dan kontinuitas. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif mulai dengan penetapan obyek studi yang spesifik, dieliminasi dari totalitas konteks besarnya, sehingga eksplisit jelas obyek studinya (Muhadjir 1990, 9).

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yakni sistem formal untuk melakukan sesuatu yang sering dilakukan secara informal, dengan mengambil kesimpulan dari pengamatan isi. Menurut Guido H Stempell, menyatakan pendapat tentang kecermatan bermacam-macam lingkup surat kabar, majalah, pemancar radio, dan stasiun televisi, pendapat-pendapat tersebut didasarkan pada apa yang kita amati sebagai pembaca atau pendengar (Guido1983, 7).

Teknik Pengumpulan Data

Yang menjadi kunci dalam proses pengumpulan data adalah peneliti berarti data yang dikumpulkan sangat bergantung kepada penilaian peneliti. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan analisa terhadap representasi wanita dalam majalah lifestyle. Karena dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah representasi wanita dalam majalah lifestyle. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: Teknik komunikasi tidak langsung. Teknik ini mempergunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpul data. Kuesioner dilakukan untuk memperoleh informasi yang valid dan reliable terhadap obyek yang menjadi penelitian. Bentuk pertanyaan dalam kuesioner ini adalah pertanyaan terbuka. Pertanyaan yang diajukan dalam bentuk multiple choice dengan memberikan alternatif pilihan jawaban yang tersedia dan memberikan ruang berupa titik-titik untuk diisi sesuai jawaban yang dimiliki oleh responden. Data kualitatif yang berbentuk kalimat ditransformasikan ke dalam data kuantitatif (nominal) di analisa dengan perhitungan statistik Chi kuadrat untuk menghasilkan hipotesa dalam bentuk persentase dari hasil penelitian. Data yang diperoleh dari literatur ilmiah (referensi buku, majalah, obyek penelitian yang sama yang pernah dilakukan).

Menyangkut objek kajian, maka yang menjadi obyek kajian dalam penelitian ini adalah: artikel-artikel dalam majalah Cosmopolitan dimulai dari tahun 2003-2005. Sementara terkait populasi, maka populasi dalam penelitian ini berupa artikel-artikel yang dimuat pada majalah Cosmopolitan

mulai tahun 2003-2005. Asumsinya adalah dalam kurun waktu tersebut artikel-artikel yang diangkat oleh Cosmopolitan dalam waktu penerbitannya. Jumlah populasi artikel yang terdapat dalam majalah Cosmopolitan adalah 115 artikel.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah total sampling di mana jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 berita berdasarkan tabel Taro Yamane dengan tingkat kesalahan sebesar 5 %. Dari ketiga surat kabar tersebut diambil sampel secara simple random sampling sehingga didapat hasil sebagai berikut :

$$\text{Cosmopolitan} = 115/115 \times 100\% = 100 \text{ artikel}$$

-Teknik analisis data

Dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan peneliti menggunakan teknik analisis isi deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan (deskripsi) secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian deskripsi melibatkan pengumpulan data agar dapat menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status kini dari bidang yang sedang dipelajari. Analisis isi didefinisikan bersifat sistematis dan obyektif, maka peneliti harus memperhatikan reliabilitas. Reliabilitas berarti konsistensi, klasifikasi. Berdasarkan uraian di atas peneliti mengaplikasikan data dengan rumus reliability check atau uji keterandalan dengan menggunakan rumus koefisien Holsti.

$$R = \sum \frac{3 \cdot K}{\sum P1 + \sum P2 + \sum P3}$$

Keterangan :

R = Reliabilitas

\sum = Jumlah kategori yang diuji

P1 = peneliti 1

P2 = peneliti 2

P3 = peneliti 3

K = kesepakatan

Langkah 2

Melakukan uji statistik Chi Square (X^2) tentang ada atau tidaknya perbedaan representasi wanita dalam majalah Lifestyle, dengan rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

H_0 = Tidak terdapat perbedaan representasi wanita dalam majalah Lifestyle

H_1 = terdapat perbedaan representasi wanita dalam majalah Lifestyle

Adapun kaidah keputusannya :

Jika $X^2 > X_{12}$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima

Jika $X^2 < X_{12}$, maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak

Nilai Chi Square (X^2) diperoleh dengan menggunakan formula :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_{oi} - f_{ei})^2}{f_{ei}}$$

Catatan :

f_{oi} = frekuensi yang diamati, kategori ke-i

f_{ei} = frekuensi yang diharapkan dari kategori ke-I

k = jumlah kategori

Sebagaimana tertera pada rumus, nilai Chi Square dapat diperoleh dengan cara: (1) menghitung frekuensi yang diharapkan (f_e) berdasarkan data frekuensi yang diamati (f_o); (2) menghitung hasil kuadrat dari nilai perbedaan antara frekuensi yang diamati dengan frekuensi yang diharapkan $(f_{oi} - f_{ei})^2$; (3) membagi masing-masing hasil kuadrat dari nilai perbedaan dengan frekuensi yang diharapkan $/f_e$; dan (4) menjumlahkan seluruh hasil kalkulasi butir (3).

Sedangkan nilai X_{12} didapat dari tabel Chi Square dengan menggunakan tingkat kepercayaan atau confidence level tertentu (biasanya 95% untuk penelitian sosial) serta derajat kebebasan (degree

of freedom) yang diperoleh melalui rumus $(b-1)(k-1)$, di mana b = baris, dan k = kolom.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian :

1. Isi Artikel

Penyajian artikel dalam majalah *Cosmopolitan* khususnya dalam representasi perempuan memiliki cara pandang dan opini berbeda antara penulis perempuan dan laki-laki. Dapat diketahui penulis terbanyak dari segi jenis kelamin dalam menulis artikel mengenai representasi perempuan di majalah yang dilihat dari konsumennya lebih banyak wanita, dan isi artikel lebih banyak berbicara mengenai seluk-beluk dunia wanita. Di bawah ini table yang menjelaskan frekwensi isi artikel menurut kategori penulis :

Tabel 1
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Penulis

Penulis	f	%
Thuke Wulandari	3	2.6
Yustiani Notari	10	8.6
Irene J. Meiske	12	10.3
Intan Pradina	11	9.5
Louise Jumarani	2	1.7
Evita Kurniawati	9	7.8
Dino Martin	1	.9
Ukke R. Kosasih	2	1.7
Reine m y	9	7.8
Monique Natalia	5	4.3
Fannya Gita A	9	7.8
Prita Siburian	7	6.0
Daniel	6	5.2
Alexander Srie	2	1.7
Rugun Sibarani	4	3.4
Alexander s m	1	.9
Monik Wulandary	2	1.7
Intan Iskandar	3	2.6
Ario	2	1.7
Rosmana	1	.9
Viola	1	.9
Glynis Horning	1	.9
Sofiani Luddin	1	.9
Birn Baum	1	.9
Ade Ina Sofianti	3	2.6
Karin Yunia	1	.9
No name	2	1.7
Hendri Tjandra	1	.9
Rosmana Hasan	2	1.7
Indah Mulyani	1	.9
Total	115	99.1
Total	115	100.0

Panjang pendeknya penulisan artikel tergantung dari topik yang dibicarakan saat itu. Media menyajikan pesan dengan upaya untuk membentuk maupun mengubah suatu makna, menjelaskan, mengomentari maupun sebatas sebagai informasi mengenai representasi perempuan, seperti yang telah dikutip sebelumnya oleh Mc. Quail ketika berbicara mengenai representasi realitas dalam media cetak. Kadangkala panjang tulisan dipakai sebagai bagian dari alat dalam memihak suatu opini melalui pemakaian bahasa maupun sumber informasi yang dipilih untuk memperkuat isi artikel yang disajikan seperti kesimpulan yang di ambil dari Siahaan dan Ispandriano. Berikut penjelasan dalam bentuk frekwensi dan presentase menurut kategori panjang tulisan:

Tabel 2
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Panjang Tulisan

Panjang Tulisan	f	%
61	2	1.7
76	1	.9
89	1	.9
99	2	1.7
101	1	.9
130	17	14.7
180	2	1.7
202	1	.9
40.00	1	.9
44.00	2	1.7
45.00	1	.9
50.00	1	.9
55.00	1	.9
56.00	1	.9
57.00	1	.9
58.00	1	.9
60.00	28	24.1
61.00	1	.9
65.00	2	1.7
68.00	1	.9
71.00	1	.9
75.00	4	3.4
76.00	1	.9
78.00	1	.9
85.00	1	.9
89.00	2	1.7
90.00	7	6.0
98.00	1	.9
99.00	2	1.7
100.00	2	1.7
101.00	4	3.4
105.00	2	1.7
113.00	2	1.7
120.00	3	2.6
130.00	3	2.6
138.00	1	.9
140.00	2	1.7
144.00	1	.9
150.00	1	.9
172.00	1	.9
178.00	1	.9
180.00	2	1.7
181.00	1	.9
202.00	1	.9
Total	115	99.1
Total	115	100.0

Setiap artikel memiliki tingkat daya tarik berbeda dari segi kuantitas berita. Ketika suatu isu hangat dibicarakan maupun *trend* yang sedang berkembang, maka isi artikel yang memposisikan dalam mempresentasikan perempuan akan lebih banyak dibahas dengan tujuan memberikan pemahaman dan pengetahuan lebih dalam kepada masyarakat. Dalam penelitian ini frekwensi terbanyak terdapat di bulan Januari sampai dengan Juni Di bawah ini tabel mengenai isi artikel menurut kategori bulan:

Tabel 3
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Bulan

Bulan	f	%
Januari	21	18.1
Febuari	15	12.9
Maret	9	7.8
April	9	7.8
Mei	11	9.5
Juni	6	5.2
Agustus	15	12.9
September	9	7.8
Oktober	9	7.8
November	2	1.7
Desember	9	7.8
Total	115	99.1
Total	115	100.0

Eksplorasi artikel dalam representasi perempuan dengan range tahun 2003 sampai dengan 2005, menghasilkan tahun 2003 memiliki frekwensi lebih tinggi dalam menyampaikan serta mengkampanyekan gambaran realitas dunia perempuan, dengan gencar “menyetir” opini khalayak kepada suatu persepsi yang di inginkan media mengenai perempuan dan lingkungan gaya hidupnya. Di bawah ini tingkat frekwensi isi artikel menurut kategori tahun:

Tabel 4
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Tahun

Tahun	f	%
2003	59	50.9
2004	41	35.3
2005	15	12.9
Total	115	99.1
Total	115	100.0

Tanpa disadari letak atau penempatan halaman artikel menjadi salah satu cara media menciptakan ketertarikan pembaca untuk mengetahui tentang isi dari artikel yang membahas mengenai representasi perempuan. Dengan menyisipkan pada bagian tengah halaman, membawa keingintahuan pembaca pada artikel yang bersentuhan dengan kebutuhan moralitas maupun sosial kehidupan pembaca. Tabel 6 berikut ini akan memberikan gambaran tingkat frekwensi isi artikel menurut kategori penempatan halaman :

Tabel 5
Frekwensi Isi artikel Menurut Kategori Penempatan Halaman

Penempatan Halaman	f	%
Halaman depan	38	32.8
Halaman tengah	52	44.8
Halaman blknng	24	20.7
Tidak dijawab	1	.9
Total	115	100.0

Penampilan tokoh dalam artikel dengan aktivitas kehidupan sosial maupun pribadinya sebagai bagian dari upaya komunikatif media dalam mentransmisi nilai-nilai serta norma-norma sosial yang telah terjadi, sehingga diharapkan mampu memberikan dampak psikologis bagi pembaca. Tokoh perempuan lebih banyak ditampilkan, karena memiliki korelasi yang lebih dalam dengan para pembaca dominan perempuan dengan sisi sensitivitas yang sama dalam memandang kehidupan. Di bawah ini dapat diketahui tingkat frekwensi isi artikel menurut kategori jenis kelamin tokoh :

Tabel 6
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Jenis Kelamin Tokoh

Jenis Kelamin	f	%
Perempuan	44	37.9
Laki-laki	41	35.3
Tidak terjawab	30	25.9
Total	115	100.0

Penyajian artikel majalah ini khususnya dalam representasi perempuan memiliki carapandang serta opini berbeda dari masing-masing pekerjaan tokoh yang terdiri dari karyawan, ibu rumah tangga, praktek sesuai profesi. Namun pada tabel di bawah ini menjelaskan bahwa karyawan swasta lebih dominan dari variabel yang lain. Di bawah ini tabel yang menjelaskan frekwensi isi artikel menurut kategori pekerjaan tokoh:

Tabel 7
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Pekerjaan Tokoh

Pekerjaan	f	%
Karyawan swasta	53	45.7
Ibu rumah tangga	16	13.8
Praktek sesuai profesi	3	2.6
Lainnya, sebutkan	12	10.3
Tidak terjawab	31	26.7
Total	115	100.0

Pembagian peran, sifat maupun watak perempuan dan laki-laki dapat ditukarkan sehingga berubah dari masa ke masa dan dari tempat dan adat satu ke yang lain serta dari kelas kaya dan miskin. Di bawah ini dapat diketahui tingkat frekwensi isi artikel menurut kategori level jabatan:

Tabel 8
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Level Jabatan

Level Jabatan	f	%
Direktur	18	15.5
Manager	2	1.7
Staff	11	9.5
Asisten manager	2	1.7
Tidak terjawab	82	70.7
Total	115	100.0

Feminisme marxis bila dikaitkan pada bagian ini bahwa ketertinggalan perempuan bukan disebabkan oleh tindakan individu yang disengaja, melainkan akibat dari struktur sosial, politik dan ekonomi berkaitan erat dengan sistem kapitalis. Di bawah ini dapat diketahui tingkat frekwensi isi artikel menurut kategori status ekonomi tokoh :

Tabel 9
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Status Ekonomi Tokoh

Status ekonomi	f	%
Menengah ke bawah	18	15.5
Menengah	10	8.6
Menengah ke atas	22	19.0
Semua kalangan	8	6.9
Tidak terjawab	57	47.9
Total	115	100.0

Pendapat dari Nancy Etcoff “*Survival of the prettiest: The Science of Beauty*” tetap menjadi kiblat dari suatu objek media massa yang mengedepankan gaya hidup terutama dalam masyarakat modern yang. Topik hubungan dan pendidikan masih memiliki peringkat atas dilihat dari frekwensi isi artikel. Pembaca dapat mengambil keputusan dan tindakan berdasarkan hasil persepsi yang diperoleh dari hasil pembahasan topik. Di bawah ini dapat diketahui tingkat frekwensi isi artikel menurut kategori Topik :

Tabel 10
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Topik

Topik	f	%
Fashion / kecantikan	10	8.6
<i>Financial</i>	4	3.4
Pendidikan	14	12.1
Kesehatan	10	8.6
Hiburan	9	7.8
Etika	8	6.9
Karir	13	11.2
Sex	4	3.4
Hubungan antar lawn jenis	14	12.1
Lain-lain	2	1.7
Tidak terjawab	27	23.3
Total	115	100.0

Penyampaian pesan yang dikemas dengan apik, eksklusif dan komersial dalam majalah *lifestyle*, membawa pembaca terbawa dalam harapan kehidupan yang mendekati sempurna. Mereka dapat mengenali dirinya melalui perilaku, sikap, relation bahkan emosional, sebagai hasil pemikiran dan perasaan yang timbul setelah membaca isi dari artikel. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori ciri identitas artikel:

Tabel 11
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Ciri Identitas Artikel

Ciri Identitas Artikel	f	%
Seputar emosional	2	1.7
Sex	6	5.2
Kesehatan	30	25.9
<i>Relationship</i>	37	31.9
Publik figure	11	9.5
Tidak terjawab	29	25.0
Total	115	100.0

Faktor-faktor yang digunakan media dalam konstruksi peristiwa yang disampaikan kepada pembaca sangat memperhitungkan sumber dari permasalahan yang memiliki tingkat ketertarikan dan menjadi kebutuhan “umum” yang sangat diperlukan solusinya oleh masyarakat luas. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Alex Sobur, ketika media mengapresiasi realitas ke dalam bentuk pesan yang mampu menimbulkan makna yang menarik. Berikut ini isi artikel menurut kategori bidang permasalahan dilihat dari segi frekwensi dan presentase:

Tabel 12
Frekwensi Isi Artikel Menurut Kategori Bidang Permasalahan

	f	%
Politik	15	12.9
Budaya	4	3.4
Ekonomi	5	4.3
Sosial	52	44.8
Pesan sponsor	16	13.8
Tidak terjawab	23	19.8
Total	115	100.0

2. Representasi tokoh di dalam artikel

Penampilan sosok atau tokoh dalam artikel sebagai bentuk promosi individual untuk menyampaikan suatu solusi atau sekedar pemaparan kehidupan tokoh sebagai sumber inspirasi pembaca. Sesuai dengan kutipan Walter Lippman, di mana media berfungsi sebagai interpretasi dari realitas dan kutipan ini dapat berlaku pada variable-variable Representasi Tokoh di bawah ini yang dijelaskan dalam bentuk frekwensi dan presentase:

Tabel 13
Frekwensi Representasi Tokoh Di Dalam Artikel
Menurut Kategori Sisi Artikel Olahraga

	f	%
Menurunkan berat badan	14	12.1
Sarana relaksasi	2	1.7
Menjaga kesehatan	40	34.5
Untuk mencapai prestasi tertentu	1	.9
tidak terjawab	58	50.0
Total	115	100.0

Dari berbagai jenis media massa yang ada telah membantu kita dalam mencapai suasana menyenangkan, memberi hiburan, melepaskan emosi atau membuat kita tertawa dan bergembira. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori pandangan tokoh tentang hidup:

Tabel 14
Frekwensi Representasi Tokoh di Dalam Artikel
Menurut Kategori Pandangan Tokoh Tentang Hidup

	f	%
Hidup itu indah	1	.9
Hidup itu banyak tantangan	2	1.7
Hidup itu dinikmati	9	7.8
Hidup itu penuh petualangan	8	6.9
Hidup itu <i>unpredictable</i>	5	4.3
Lainnya, sebutkan	2	1.7
Tidak terjawab	88	75.9
Total	115	100.0

Dalam pembentukan karakter seseorang berawal dari keluarga, sehingga keluarga dapat dijadikan contoh untuk kita dalam melakukan segala sesuatu sebelum kita bergabung dalam masyarakat yang terdiri dari berbagai latar belakang keluarga. Sebaiknya di keluarga inti yang perlu kita pupuk kebaikan, bila sewaktu-waktu kita ingin bergabung dengan masyarakat luas kebaikan yang kita miliki dapat kita terapkan di lingkungan masyarakat. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori pandangan tokoh tentang keluarga:

Tabel 15
Frekwensi Representasi Tokoh
Menurut Kategori Pandangan Tokoh Tentang Keluarga

	f	%
Keluarga adalah hal yg terpenting selain karir	6	5.2
Keluarga adalah semangat dalam hidup	8	6.9
Keluarga adalah motivasi	14	12.1
Keluarga adalah lingkungan ternyaman	7	6.0
Lainnya sebutkan	7	6.0
Tidak terjawab	73	62.9
Total	115	100.0

Sistem kekuasaan dalam keluarga dan masyarakat yang lebih memberikan posisi dominan pada laki-laki sehingga menyebabkan keterbelakangan perempuan. Oleh karena itu sistem patriarki

tidak saja harus dirombak tetapi juga harus dicabut hingga akarnya. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori pandangan tokoh tentang laki-laki:

Tabel 16
Frekwensi Representasi Tokoh
Menurut Kategori Pandangan Tokoh Tentang Laki-Laki

	f	%
Laki-laki adalah otoriter	3	2.6
Laki-laki adalah pelindung	5	4.3
Laki-laki adalah pemimpin	4	3.4
Laki laki adalah pengambil keputusan	15	12.9
Lainnya sebutkan	4	3.4
Tidak terjawab	84	72.4
Total	115	100.0

Biasanya perempuan setiap pergi ke pesta selalu berusaha tampil maksimal, dari ujung rambut hingga ujung kaki. Ada yang berusaha tampil serba baru karena gengsi memakai barang-barang yang pernah dipakai namun ada juga yang hanya membeli salah satunya atau bahkan tidak membeli semuanya karena dianggap barang-barang yang dimilikinya masih layak dan pantas untuk dikenakan atau alasan lain mungkin karena keadaan ekonomi yang tidak mendukung. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan:

Tabel 17
Frekwensi Representasi Tokoh
Menurut Kategori Penggambaran Tokoh Perempuan Setiap Pergi Pesta

	f	%
Ya	8	6.9
Tidak	4	3.4
Tidak terjawab	103	88.8
Total	115	100.0

Mengutip pandangan dari Erving Goffman tentang penampilan seseorang yang bertindak seolah-olah di atas panggung untuk memuaskan kehidupan sosialnya. Gaya hidup adalah hal terpenting ketika orang lain melihat penampilan luar dari dirinya. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori artikel tokoh ditampilkan mengikuti trend:

Tabel 18
Frekwensi Representasi Tokoh
Menurut Kategori Artikel Tokoh Ditampilkan Mengikuti Trend

	f	%
Ya, dan merknya berbeda-beda	10	8.6
Tidak	5	4.3
Tidak terjawab	100	86.2
Total	115	100.0

Konsumerisme terhadap merk tertentu dijadikan sebagai gaya hidup dan lahan “perburuan” untuk berlomba-lomba dalam mempercantik diri. Teori yang dikemukakan oleh Nancy mewakili suatu paham sikap konsumtif masyarakat bahwa semakin bagus penampilan maka kesuksesan akan semakin cepat datang. Di bawah ini ukuran frekwensi berdasarkan kategori Merk Artikel Kecantikan :

Tabel 19
Frekwensi Representasi Tokoh
Menurut Kategori Merk Artikel Kecantikan

	f	%
MAC	17	14.7
Christian dior	16	13.8
Lainnya sebutkan	5	4.3
Tidak terjawab	77	66.4
total	115	100.0

Dalam majalah *lifestyle* terdapat beragam artikel yang memuat tentang permasalahan perempuan, baik masalah sosial dengan lawan jenis maupun permasalahan dengan kecantikan. Artikel kecantikan pun juga beragam jenisnya sehingga kaum perempuan dapat memilih sesuai dengan kebutuhan. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori artikel kecantikan dimuat:

Table 20
Frekwensi Representasi Tokoh Menurut Kategori Pemuatan Artikel Kecantikan

	f	%
Botox	4	3.4
Face Lift	2	1.7
Tokoh perempuan	1	.9
Breast Reduction	6	5.2
Hair Remoral	1	.9
Lainnya sebutkan	3	2.6
Tidak terjawab	98	84.5
Total	115	100.0

Pengertian gender adalah pembagian peran serta tanggung jawab baik laki-laki maupun perempuan yang ditetapkan masyarakat maupun budaya. Media massa mampu menjadi kekuatan positif untuk mengangkat harkat dan status hukum perempuan dalam relasi gender. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori cara penyajian pesan:

Tabel 21
Frekwensi Representasi Tokoh Menurut Kategori Cara Penyajian Pesan

	f	%
Mengangkat drjt wanita	16	13.8
Mendiskriminasikan wanita	4	3.4
Mengangkat drjt pria	4	3.4
Mendiskriminasikan pria	2	1.7
Tidak terjawab	89	76.7
total	115	100.0

Media massa sebagai penerus aspirasi masyarakat, jika tidak diskriminatif gender sebenarnya adalah alat yang bisa diandalkan bagi perempuan untuk menyuarakan kepentingan mereka. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori representasi perempuan artikel:

Tabel 22
Frekwensi Representasi Tokoh Menurut
Kategori Representasi Artikel Perempuan

	f	%
Kebahagiaan	39	33.6
Penderitaan	9	7.8
Kebebasan	16	13.8
Kemandirian	11	9.5

Lainnya sebutkan	3	2.6
Tidak terjawab	37	31.9
Total	115	100.0

Media adalah salah satu instrumen utama dalam membentuk konstruksi gender pada masyarakat. Media yang memiliki karakteristik dengan jangkauannya yang luas, bisa menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan konstruksi gender pada masyarakat. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori sifat artikel:

Tabel 23
Frekwensi Representasi Tokoh Menurut Kategori Sifat Artikel

	f	%
Memberikan solusi atas mslh	31	26.7
Sekedar mengemukakan mslh	17	14.7
Menambah mslh	8	6.9
Tidak terjawab	59	50.9
total	115	100.0

Tabel 24
Frekwensi Representasi Tokoh
Menurut Kategori Sifat Artikel Perilaku Financial Perempuan

	f	%
Boros	31	26.7
Hemat	15	12.9
Bijak	6	5.2
Lainnya sebutkan	2	1.7
Tidak terjawab	61	52.6
Total	115	100.0

Terbentuknya pemahaman perspektif gender diharapkan tidak saja akan mengubah cara pandang masyarakat dalam menghadapi keberadaan kaum perempuan, diharapkan mampumenepis pandangan negatif yang cenderung diskriminatif dan berbias gender. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan:

Tabel 25
Frekwensi Representasi Tokoh Menurut Kategori
Representasi Artikel Perempuan terkait Hubungan Karir dan Lingkungan Pekerjaan

	f	%
Antara atasan dan karyawan	8	6.9
Antara sesama karyawan	6	5.2
Antara karyawan dengan bwhn	12	10.3
Dengan rekan bisnis	1	.9
Tidak terjawab	88	75.9
total	116	100.0

Menurut Freud, seksualitas perempuan dan laki-laki berbeda. Perbedaan gender ini berakar pada psikis mereka yang disebabkan perbedaan biologis. Bila dikaitkan dengan penjelasan tabel dibawah ini maka tidak selalu tokoh perempuan dikaitkan sex:

Table 26
Frekwensi Representasi Tokoh Menurut Kategori Tokoh Perempuan
Dalam Hubungan Sex

	f	%
Ya	9	7.8
Tidak	32	27.6
Tidak terjawab	74	63.8
total	115	100.0

Tabel 27
Frekwensi Representasi Perempuan
Menurut Kategori Jenis Kata Digunakan Perempuan

	f	%
Memakai kata istilah jargon	14	12.1
Memakai kata yang sebenarnya	45	38.8
Memakai kata istilah dan kata sebenarnya	4	3.4
Tidak terjawab	52	44.8
Total	115	100.0

3. Teknik Penyajian artikel/rubrik

Bila dikaitkan dengan kutipan Yudi L & Idi Subandy Ibrahim yang dikutip Siahaan (2001, 193) bahasa tidak lagi dipandang sebagai alat atau media netral, tapi merupakan representasi dalam dirinya sendiri dari hubungan-hubungan politis dan ruang bagi penggelaran kuasa-kuasa tertentu. Dalam media massa pasti mengandung keberpihakan tertentu, hal itu tidak dapat disangkal. Kendati demikian obyektifitas pemberitaan dalam media massa harus dipertanyakan. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori bahasa yang digunakan artikel:

Tabel 28
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Bahasa Yang Digunakan Artikel

	f	%
Bahasa Indonesia	24	20.7
Bahasa Inggris	12	10.3
Kombinasi kedua bahasa	22	19.0
Bahasa pergaulan	3	2.6
Tidak terjawab	54	46.6
Total	115	100.0

Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam "bahasa" yang sama dapat melengkapi pemahaman kita tentang representasi itu sendiri, yaitu ada suatu "bahasa" yang sama sedang dibagikan oleh media kepada masyarakat. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori sifat bahasa yang digunakan:

Tabel 29
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Sifat Bahasa Yang Digunakan

	f	%
Sederhana	44	37.9
Teknis	10	8.6
Ilmiah	38	32.8
Populer	13	11.2
Bahasa gaul	3	2.6
Tidak terjawab	7	6.0
Total	115	100.0

Menurut Brent D. Ruben (1992, 14) interpretasi pesan terjadi ketika kita sudah memutuskan atau maksud suatu pesan, yaitu apakah fiksi atau non fiksi, serius atau humor, bertentangan atau mendukung, menghibur, mengkhawatirkan. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori gaya penulisan artikel:

Tabel 30
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Gaya Penulisan Artikel

	f	%
Formal	57	49.1
Santai	27	23.3
Tidak terjawab	31	26.7
Total	115	100.0

Tabel 30
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Cara Penggunaan Kata Ganti Orang Pertama

	f	%
Aku	14	12.1
Saya	64	55.2
Gue	1	.9
Anda	21	18.1
Kita	1	.9
Lainnya,sebutkan	3	2.6
Tidak terjawab	11	9.5
total	115	100.0

Tabel 31
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Cara Penyajian

	f	%
Vulgar	5	4.3
Sopan	36	31.0
Ringan	17	14.7
Serius	44	37.9
Lainnya sebutkan	1	.9
Tidak terjawab	12	10.3
Total	115	100.0

Setiap sajian artikel yang menyangkut hidup orang banyak akan menjadi stimulus bagi khalayak untuk memberikan tanggapan atau berbuat sesuatu. Bila artikel disajikan dengan publisitas yang berlebihan dapat menimbulkan mobilisasi yang berlebihan pula. Disinilah media massa dituntut untuk berperan dalam menghubungkan setiap kejadian dengan tanggapan yang dapat muncul dari khayalak. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori sifat uraian artikel:

Tabel 32
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Sifat Uraian Artikel

	f	%
Mudah dipahami	28	24.1
Berbelit-belit	11	9.5
Langsung pada permasalahan	56	48.5
Lainnya sebutkan	15	12.9
Tidak terjawab	5	4.3
Total	115	100.0

Tabel 33
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Sumber Bahasan Artikel

	f	%
Saduran	36	31.0
Murni ciptaan penulis	25	21.6
Kiriman pembaca	37	31.9
Lainnya sebutkan	7	6.0
Tidak terjawab	10	8.6
Total	115	100.0

Tab34
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Ulasan Artikel yang Disajikan

	f	%
Uraian	26	22.4
Opini publik	36	31.0
Tanya jawab	14	12.1
Tips	21	18.1
Tidak terjawab	18	15.5
Total	115	100.0

Informasi yang disampaikan media massa akan menimbulkan dampak yang kuat, baik dampak positif ataupun negatif atau pun negatif. Apabila materi dan penyajian isinya menyentuh hal-hal yang bersifat sensitif. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori artikel disajikan penilaian perempuan:

Table 35
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Artikel yang menyajikan Penilaian Perempuan

	f	%
Positif	57	49.1
Negatif	17	14.7
Netral	21	18.1
Tidak terjawab	20	17.2
Total	115	100.0

Pembagian peran, sifat maupun watak perempuan dan laki-laki dapat dipertukarkan sehingga berubah dari masa ke masa dan dari tempat dan adat satu ke yang lain serta dari kelas kaya ke kelas miskin. Gender memang bukan kodrat atau ketentuan Tuhan, melainkan buatan manusia dan masyarakat atau konstruksi sosial. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori fokus bahasan artikel dititikberatkan:

Table 36
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Fokus Bahasan Artikel

	f	%
Perempuan	40	34.5
Laki-laki	20	17.2
Seimbang diantara keduanya	41	35.3
Tidak terjawab	14	12.1
Total	115	100.0

Media massa sebagai penerus aspirasi masyarakat, jika tidak diskriminatif gender sebenarnya adalah alat yang bisa diandalkan pada perempuan untuk menyuarakan kepentingan mereka. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori solusi diberikan setelah membaca:

Table 39
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik Menurut Kategori Pemberian Solusi

	f	%
Dapat memberi masukan bagi pembaca	67	57.8
Tidak memberikan mskn	16	13.8
Memberikan inspirasi dan semangat hidup	24	20.7
Tidak terjawab	8	6.9
Total	115	100.0

Perbedaan gender sesungguhnya tidak menjadi masalah, sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender. Kendati demikian timbul persoalan di mana perbedaan gender telah melahirkan berbagai ketidakadilan, walaupun laki-laki tidak menutup kemungkinan akan menjadi korban ketidakadilan gender tetapi perempuan masih menduduki posisi tertinggi sebagai korban ketidakadilan gender. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori gender dipresentasikan gambar:

Tabel 39
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Perepresentasian Gender Dengan Gambar

	f	%
Perempuan	66	56.9
Laki-laki	15	12.9
Tidak terjawab	34	29.3
Total	115	100.0

Di Era reformasi sekarang ini, media massa mempunyai akses bebas terhadap sumber-sumber berita dan kebebasan mengemukakan gagasannya. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori tampilan gambar artikel:

Tabel 40
Frekwensi Tehnik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Tampilan Gambar Artikel

	f	%
Vulgar	53	45.7
Sopan	33	28.4
Stylist	7	6.0
Sexy	8	6.9
Tidak terjawab	14	12.1
Total	115	100.0

Media adalah instrumen utama dalam membentuk konstruksi gender pada masyarakat. Media yang memiliki karakteristik dengan jangkauannya yang luas, bisa menjadi alat yang efektif dalam menyebarluaskan konstruksi gender pada masyarakat. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori komposisi antara halaman artikel:

Tabel 41
Frekwensi Tehnik Penyampaian Artikel / Rubrik Menurut Kategori Komposisi Antara Halaman Artikel

	f	%
50% artikel, 50 % iklan	17	14.7
80% artikel, 20% iklan	36	31.0
20%artikel, 80%iklan	21	18.1
Tidak terjawab	41	35.3
Total	115	100.0

Jika dilihat dari perilaku media, rasanya tidak berlebihan untuk meragukan sifat pembebasan media yang selama ini didengungkan bahkan senjata kelompok marjinal. Secara arogan media massa mengaku memiliki hak untuk menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak seharusnya dilakukan oleh perempuan. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori konsep pendekatan artikel segmentasi:

Tabel 41
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik
Menurut Kategori Konsep Pendekatan Segmentasi Artikel

	f	%
Pendekatan demografis	11	9.5
Psikografis	35	30.2
Pola perilaku pemakai konsumen	10	8.6
Tidak terjawab	59	50.9
Total	115	100.0

Untuk menarik minat pembaca maka pihak media massa khususnya majalah membuat kuis, guna menarik pembaca dan membuat pembaca semakin tertarik untuk membaca setiap artikel yang disajikan. Di bawah ini digambarkan isi artikel menurut kategori jenis hadiah kuis:

Tabel 42
Frekwensi Teknik Penyajian Artikel / Rubrik Menurut Kategori Jenis Hadiah Kuis

	f	%
Valid produk	1	.9
Tidak terjawab	114	98.3
Total	115	99.1
Total	115	100.0

4. Analisis Perbedaan Proporsi Artikel

a. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan bulan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap Januari-Maret, April-Juni dan Juli-September, Oktober-Desember berdasarkan bulan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara Januari-Maret, April-Juni dilihat dari bulan menurut Januari 2003-Juni 2004 (78.9%) dengan Juli-September, Oktober-Desember dilihat dari bulan menurut Februari 2004-Desember 2005 (47.7%), terdapat selisih sebesar (31.2%). Sedangkan untuk perbandingan antara Juli-September, Oktober-Desember dilihat dari bulan menurut Januari 2003-Juni 2004 (52.3%) dengan Januari-Maret, April-Juni dilihat dari bulan menurut Februari 2004-Desember 2005 (21.1%), terdapat selisih sebesar (31.2%).

Dalam membuat keputusan hipotesis, maka nilai Chi Kuadrat hasil hitung perlu dibandingkan dengan nilai Chi Kuadrat dengan derajat kebebasan (dk) dan taraf kesalahan tertentu. Dalam rumusan hipotesa statistik berlaku ketentuan bila nilai Chi Kuadrat hitung lebih kecil dibanding nilai Chi Kuadrat dalam tabel maka H_0 diterima, dan apabila lebih besar dari nilai tabel maka H_0 ditolak.

Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada Januari-Maret, April-Juni dan Juli-September, Oktober-Desember didapat nilai $X^2 = 8.938$, dengan taraf signifikansi sebesar .003 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($8.938 < 165.211$) maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara Januari-Maret, April-Juni dan Juli-September, Oktober-Desember.

b. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Jenis kelamin penulis

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap perempuan dan laki-laki berdasarkan bulan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara perempuan dilihat dari jenis kelamin penulis menurut Januari 2003-Juni 2004 (46.7%) dengan laki-laki dilihat dari jenis kelamin penulis menurut Februari 2004-Desember 2005 (28.0%), terdapat selisih sebesar (18.7%). Sedangkan untuk perbandingan antara laki-laki dilihat dari jenis kelamin menurut Januari 2003-Juni 2004 (72.0%) dengan perempuan dilihat dari jenis kelamin penulis menurut Februari 2004-Desember 2005 (53.3%), terdapat selisih sebesar (18.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada perempuan dan laki-laki didapat nilai $X^2 = 3.893$ dengan taraf signifikansi sebesar .048 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai

Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($3.893 < 165.211$) maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki.

c. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Penempatan Halaman

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap halaman depan dan halaman belakang berdasarkan bulan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara halaman depan dilihat dari penempatan halaman menurut Januari 2003-Juni 2004 (92.2%) dengan halaman belakang dilihat dari bulan menurut Februari 2004-Desember 2005 (60.8%), terdapat selisih sebesar (31.4%). Sedangkan untuk perbandingan antara halaman belakang dilihat dari penempatan halaman menurut Januari 2003-Juni 2004 (39.2%) dengan halaman depan dilihat dari penempatan halaman menurut Februari 2004-Desember 2005 (7.8%), terdapat selisih sebesar (31.4%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada halaman depan dan halaman belakang didapat nilai $X^2 = 37.035$ dengan taraf signifikansi sebesar .000 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($37.035 < 165.211$) maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara halaman depan dan halaman belakang.

d. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Jenis Kelamin Tokoh

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap perempuan dan laki-laki berdasarkan bulan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara perempuan dilihat dari jenis kelamin tokoh menurut Januari 2003-Juni 2004 (62.2%) dengan laki-laki dilihat dari jenis kelamin tokoh menurut Februari 2004-Desember 2005 (27.1%), terdapat selisih sebesar (35.1%). Sedangkan untuk perbandingan antara laki-laki dilihat dari jenis kelamin tokoh menurut Januari 2003-Juni 2004 (72.9%) dengan perempuan dilihat dari jenis kelamin tokoh menurut Februari 2004-Desember 2005 (37.8%), terdapat selisih sebesar (35.1%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada perempuan dan laki-laki didapat nilai $X^2 = 1.441$ dengan taraf signifikansi sebesar .230 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($1.441 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki.

e. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Pekerjaan Tokoh

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap karyawan swasta dan praktek sesuai profesi berdasarkan bulan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara karyawan swasta dilihat dari pekerjaan tokoh menurut Januari 2003-Juni 2004 (59.4%) dengan praktek sesuai profesi dilihat dari pekerjaan tokoh menurut Februari 2004-Desember 2005 (17.4%), terdapat selisih sebesar (42%). Sedangkan untuk perbandingan antara praktek sesuai profesi dilihat dari pekerjaan tokoh menurut Januari 2003-Juni 2004 (82.6%) dengan karyawan swasta dilihat dari pekerjaan tokoh menurut Februari 2004-Desember 2005 (40.6%), terdapat selisih sebesar (42%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada karyawan dan praktek sesuai profesi didapat nilai $X^2 = 6.901$ dengan taraf signifikansi sebesar .009 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($6.901 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara karyawan swasta dan praktek sesuai profesi.

f. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Level Jabatan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap direktur dan asisten manajer berdasarkan bulan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara direktur dilihat dari level jabatan menurut Januari 2003-Juni 2004 (84.3%) dengan asisten manajer dilihat dari level jabatan menurut Februari 2004-Desember 2005 (43.8%), terdapat selisih sebesar (40.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara asisten manajer dilihat dari level jabatan menurut Januari 2003-Juni 2004 (56.3%) dengan direktur dilihat dari level jabatan menurut Februari 2004-Desember 2005 (15.7%), terdapat selisih sebesar (40.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada direktur dan asisten manajer didapat nilai $X^2 = 10.395$ dengan taraf signifikansi sebesar .001 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($10.395 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara direktur dan manajer.

g. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Status Ekonomi Tokoh.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap menengah bawah dan menengah keatas berdasarkan status ekonomi tokoh Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara menengah bawah dilihat dari status ekonomi tokoh menurut Januari 2003-Juni 2004 (78.2%) dengan menengah ke atas dilihat dari status ekonomi tokoh menurut Februari 2004-Desember 2005 (40.0%), terdapat selisih sebesar (38.2%). Sedangkan untuk perbandingan antara menengah ke atas dilihat dari status ekonomi tokoh menurut Januari 2003-Juni 2004 (60.0%) dengan menengah ke bawah dilihat dari status ekonomi tokoh menurut Februari 2004-Desember 2005 (21.8%), terdapat selisih sebesar (38.2%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada menengah bawah dan menengah keatas didapat nilai $X^2 = 4.411$ dengan taraf signifikansi sebesar .036 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($4.411 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara menengah bawah dan menengah keatas.

h. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Topik

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap kesehatan dan sosial berdasarkan Topik Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara kesehatan dilihat dari Topik menurut Januari 2003-Juni 2004 (63.2%) dengan sosial dilihat dari topik menurut Februari 2004-Desember 2005 (28.6%), terdapat selisih sebesar (34.6%). Sedangkan untuk perbandingan antara sosial dilihat dari topik menurut Januari 2003-Juni 2004 (71.4%) dengan kesehatan dilihat dari topik menurut Februari 2004-Desember 2005 (36.8%), terdapat selisih sebesar (34.6%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada kesehatan dan sosial didapat nilai $X^2 = .809$ dengan taraf signifikansi sebesar .368 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($.809 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara kesehatan dan sosial.

i. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Ciri Identitas artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap emosional dan non emosional berdasarkan Ciri identitas artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara emosional dilihat dari ciri identitas artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (60.9%) dengan non emosional dilihat dari ciri identitas artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (29.3%), terdapat selisih sebesar (31.6%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonemosional dilihat dari ciri identitas artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (70.7%) dengan emosional dilihat dari ciri identitas artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (39.1%), terdapat selisih sebesar (31.6%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada emosional dan non emosional didapat nilai $X^2 = .809$ dengan taraf signifikansi sebesar .368 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($.809 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara emosional dan non emosional.

j. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Bidang Permasalahan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap politik dan sosial berdasarkan Bidang permasalahan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara politik dilihat dari bidang permasalahan menurut Januari 2003-Juni 2004 (84.0%) dengan sosial dilihat dari bidang permasalahan menurut Februari 2004-Desember 2005 (35.6%), terdapat selisih sebesar (48.4%). Sedangkan untuk perbandingan antara sosial dilihat dari bidang permasalahan menurut Januari 2003-Juni 2004 (64.4%) dengan politik dilihat dari bidang permasalahan menurut Februari 2004-Desember 2005 (16.0%), terdapat selisih sebesar (48.4%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada politik dan sosial didapat nilai $X^2 = 3.479$ dengan taraf signifikansi sebesar .062 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($3.479 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara politik dan sosial.

k. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Sisi artikel olahraga

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap fisik dan nonfisik berdasarkan sisi artikel olahraga Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara fisik dilihat dari sisi artikel olahraga menurut Januari 2003-Juni 2004 (60.2%) dengan nonfisik dilihat dari sisi artikel olahraga menurut Februari 2004-Desember 2005 (9.4%), terdapat selisih sebesar (50.8%). Sedangkan untuk perbandingan antara non fisik dilihat dari sisi artikel olahraga menurut Januari 2003-Juni 2004 (90.6%) dengan fisik dilihat dari sisi artikel olahraga menurut Februari 2004-Desember 2005 (39.8%), terdapat selisih sebesar (50.8%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada fisik dan non fisik didapat nilai $X^2 = 9.915$ dengan taraf signifikansi sebesar .002 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (9.915 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara fisik dan non fisik.

l. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Pandangan Tokoh Tentang Hidup.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap hidup itu menyenangkan dan hidup itu tidak menyenangkan berdasarkan pandangan tokoh tentang hidup Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara hidup itu menyenangkan dilihat dari pandangan tokoh tentang hidup menurut Januari 2003-Juni 2004 (57.1%) dengan hidup itu tidak menyenangkan dilihat dari pandangan tokoh tentang hidup menurut Februari 2004-Desember 2005 (17.3%), terdapat selisih sebesar (39.8%). Sedangkan untuk perbandingan antara hidup itu tidak menyenangkan dilihat dari pandangan tokoh tentang hidup menurut Januari 2003-Juni 2004 (82.7%) dengan hidup itu menyenangkan dilihat dari pandangan tokoh tentang hidup menurut Februari 2004-Desember 2005 (42.9%), terdapat selisih sebesar (39.8%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada hidup itu menyenangkan dan hidup itu tidak menyenangkan didapat nilai $X^2 = 8.647$ dengan taraf signifikansi sebesar .003 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (8.647 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara hidup itu menyenangkan dan hidup itu tidak menyenangkan.

m. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Pandangan Tokoh tentang keluarga.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap keluarga adalah hal terpenting selain karir dan keluarga adalah lingkungan ternyaman berdasarkan pandangan tokoh tentang keluarga Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara keluarga adalah hal terpenting selain karir dilihat dari pandangan tokoh tentang keluarga menurut Januari 2003-Juni 2004 (81.3%) dengan keluarga adalah lingkungan ternyaman dilihat dari pandangan tokoh tentang keluarga menurut Februari 2004-Desember 2005 (40.3%), terdapat selisih sebesar (41%). Sedangkan untuk perbandingan antara keluarga adalah lingkungan ternyaman dilihat dari pandangan tokoh tentang keluarga menurut Januari 2003-Juni 2004 (59.7%) dengan keluarga adalah hal terpenting selain karir dilihat dari pandangan tokoh tentang keluarga menurut Februari 2004-Desember 2005 (18.8%), terdapat selisih sebesar (41%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada keluarga adalah hal terpenting selain karir dan keluarga adalah lingkungan ternyaman didapat nilai $X^2 = 6.038$ dengan taraf signifikansi sebesar .014 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (6.038 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara keluarga adalah hal terpenting selain karir dan keluarga adalah lingkungan ternyaman.

n. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Pandangan Tokoh tentang laki-laki.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap laki-laki adalah otoriter dan laki-laki adalah lingkungan ternyaman berdasarkan pandangan tokoh tentang laki-laki Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara laki-laki adalah otoriter dilihat dari pandangan tokoh tentang laki-laki menurut Januari 2003-Juni 2004 (83.0%) dengan laki-laki adalah lingkungan ternyaman dilihat dari pandangan tokoh tentang laki-laki menurut Februari 2004-Desember 2005 (41.2%), terdapat selisih sebesar (41.8%). Sedangkan untuk perbandingan antara laki-laki adalah lingkungan ternyaman dilihat dari pandangan tokoh

tentang laki-laki menurut Januari 2003-Juni 2004 (58.8%) dengan laki-laki adalah otoriter dilihat dari pandangan tokoh tentang laki-laki menurut Februari 2004-Desember 2005 (17.0%), terdapat selisih sebesar (41.8%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada laki-laki adalah otoriter dan laki-laki adalah lingkungan ternyaman didapat nilai $X^2 = 7.540$ dengan taraf signifikansi sebesar .006 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($7.540 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara laki-laki adalah otoriter dan laki-laki adalah lingkungan ternyaman.

- o. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap hemat dan boros berdasarkan setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara hemat dilihat dari setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan menurut Januari 2003-Juni 2004 (78.9%) dengan boros dilihat dari setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan menurut Februari 2004-Desember 2005 (41.4%), terdapat selisih sebesar (37.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara boros dilihat dari setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan menurut Januari 2003-Juni 2004 (58.6%) dengan hemat dilihat dari setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan menurut Februari 2004-Desember 2005 (21.1%), terdapat selisih sebesar (37.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada hemat dan boros didapat nilai $X^2 = 5.523$ dengan taraf signifikansi sebesar .019 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($5.523 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara hemat dan boros.

- p. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap loyal dan tidak loyal berdasarkan artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara loyal dilihat dari artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren menurut Januari 2003-Juni 2004 (55.0%) dengan tidak loyal dilihat dari artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren menurut Februari 2004-Desember 2005 (16.4%), terdapat selisih sebesar (38.6%). Sedangkan untuk perbandingan antara tidak loyal dilihat dari artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren menurut Januari 2003-Juni 2004 (83.6%) dengan loyal dilihat dari artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren menurut Februari 2004-Desember 2005 (45.0%), terdapat selisih sebesar (38.6%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada loyal dan tidak loyal didapat nilai $X^2 = 10.943$ dengan taraf signifikansi sebesar .001 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($10.943 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara loyal dan tidak loyal.

- q. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Merk artikel kecantikan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap merk terkenal dan tidak terkenal berdasarkan merk artikel kecantikan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara merk terkenal dilihat dari merk artikel kecantikan menurut Januari 2003-Juni 2004 (84.0%) dengan merk tidak terkenal dilihat dari merk artikel kecantikan menurut Februari 2004-Desember 2005 (43.1%), terdapat selisih sebesar (40.9%). Sedangkan untuk perbandingan antara merk tidak terkenal dilihat dari merk artikel kecantikan menurut Januari 2003-Juni 2004 (56.9%) dengan merk terkenal dilihat dari merk artikel kecantikan menurut Februari 2004-Desember 2005 (16.0%), terdapat selisih sebesar (40.9%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada merk terkenal dan tidak terkenal didapat nilai $X^2 = 9.635$ dengan taraf signifikansi sebesar .002 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($9.635 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara merk terkenal dan merk tidak terkenal.

r. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Artikel kecantikan dimuat.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap fisik dan nonfisik berdasarkan artikel kecantikan dimuat Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara fisik dilihat dari artikel kecantikan dimuat menurut Januari 2003-Juni 2004 (61.7%) dengan non fisik dilihat dari artikel kecantikan dimuat menurut Februari 2004-Desember 2005 (23.6%), terdapat selisih sebesar (38.1%). Sedangkan untuk perbandingan antara non fisik dilihat dari artikel kecantikan dimuat menurut Januari 2003-Juni 2004 (76.4%) dengan fisik dilihat dari artikel kecantikan dimuat menurut Februari 2004-Desember 2005 (38.3%), terdapat selisih sebesar (38.1%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada fisik dan non fisik didapat nilai $X^2 = 2.882$ dengan taraf signifikansi sebesar .090 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($2.882 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara fisik dan non fisik.

s. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Cara penyajian pesan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap mengangkat derajat dan menurunkan derajat berdasarkan cara penyajian pesan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara mengangkat derajat dilihat dari cara penyajian pesan menurut Januari 2003-Juni 2004 (80.4%) dengan menurunkan derajat dilihat dari cara penyajian pesan menurut Februari 2004-Desember 2005 (42.4%), terdapat selisih sebesar (38%). Sedangkan untuk perbandingan antara menurunkan derajat dilihat dari cara penyajian pesan menurut Januari 2003-Juni 2004 (57.6%) dengan mengangkat derajat dilihat dari cara penyajian pesan menurut Februari 2004-Desember 2005 (19.6%), terdapat selisih sebesar (38%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada mengangkat derajat dan menurunkan derajat didapat nilai $X^2 = 6.903$ dengan taraf signifikansi sebesar .009 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($6.903 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara mengangkat derajat dan menurunkan derajat.

t. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Representasi perempuan artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap memuaskan dan tidak memuaskan berdasarkan representasi perempuan artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara memuaskan dilihat dari representasi perempuan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (78.4%) dengan tidak memuaskan dilihat dari representasi perempuan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (35.9%), terdapat selisih sebesar (42.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara tidak memuaskan dilihat dari representasi perempuan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (64.1%) dengan memuaskan dilihat dari representasi perempuan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (21.6%), terdapat selisih sebesar (42.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada memuaskan dan tidak memuaskan didapat nilai $X^2 = 2.378$ dengan taraf signifikansi sebesar .123 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($2.378 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara memuaskan dan tidak memuaskan.

u. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Sifat Uraian Artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap memberikan solusi dan tidak memberikan solusi berdasarkan sifat uraian artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara memberikan solusi dilihat dari sifat uraian artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (70.7%) dengan tidak memberikan solusi dilihat dari sifat uraian artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (35.0%), terdapat selisih sebesar (35.7%). Sedangkan untuk perbandingan antara tidak memberikan solusi dilihat dari sifat uraian artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (65.0%) dengan memberikan solusi dilihat dari sifat uraian artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (29.3%), terdapat selisih sebesar (35.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada memberikan solusi dan tidak memberikan solusi didapat

nilai $X^2 = .390$ dengan taraf signifikansi sebesar $.533$ dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($.390 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara memberikan solusi dan tidak memberikan solusi.

- v. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Sifat artikel *financial* perempuan berperilaku.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap bijak dan tidak bijak berdasarkan sifat uraian artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara bijak dilihat dari sifat artikel *financial* perempuan berperilaku menurut Januari 2003-Juni 2004 (72.5%) dengan tidak bijak dilihat dari sifat artikel *financial* perempuan berperilaku menurut Februari 2004-Desember 2005 (33.3%), terdapat selisih sebesar (39.2%). Sedangkan untuk perbandingan antara tidak bijak dilihat dari sifat artikel *financial* perempuan berperilaku menurut Januari 2003-Juni 2004 (66.7%) dengan bijak dilihat dari sifat artikel *financial* perempuan berperilaku menurut Februari 2004-Desember 2005 (27.5%), terdapat selisih sebesar (39.2%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel bijak dan tidak bijak didapat nilai $X^2 = .413$ dengan taraf signifikansi sebesar $.521$ dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($.413 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara bijak dan tidak bijak.

- w. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap management-staf dan antar staf berdasarkan representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara management-staf dilihat dari representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan menurut Januari 2003-Juni 2004 (85.2%) dengan antar staf dilihat dari representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan menurut Februari 2004-Desember 2005 (45.9%), terdapat selisih sebesar (39.3%). Sedangkan untuk perbandingan antara antar staf dilihat dari representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan menurut Januari 2003-Juni 2004 (54.1%) dengan management-staf dilihat dari representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan menurut Februari 2004-Desember 2005 (14.8%), terdapat selisih sebesar (39.3%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada management-staf dan antar staf didapat nilai $X^2 = 12.872$ dengan taraf signifikansi sebesar $.000$ dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($.413 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara management-staf dan antarstaf.

- x. Perbedaan Proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Tokoh Perempuan Dikaitkan Sex.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap ya dan tidak berdasarkan tokoh perempuan dikaitkan sex Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara ya dilihat dari tokoh perempuan dikaitkan sex menurut Januari 2003-Juni 2004 (57.4%) dengan tidak dilihat dari tokoh perempuan dikaitkan sex menurut Februari 2004-Desember 2005 (14.9%), terdapat selisih sebesar (42.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara tidak dilihat dari tokoh perempuan dikaitkan sex menurut Januari 2003-Juni 2004 (85.1%) dengan ya dilihat dari tokoh perempuan dikaitkan sex menurut Februari 2004-Desember 2005 (42.6%), terdapat selisih sebesar (42.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada ya dan tidak didapat nilai $X^2 = 9.954$ dengan taraf signifikansi sebesar $.002$ dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($9.954 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara ya dan tidak.

- y. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Jenis kata digunakan perempuan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap istilah dan sebenarnya berdasarkan jenis kata digunakan perempuan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara istilah dilihat dari jenis kata digunakan perempuan menurut Januari

2003-Juni 2004 (58.2%) dengan sebenarnya dilihat dari jenis kata digunakan perempuan menurut Februari 2004-Desember 2005 (21.7%), terdapat selisih sebesar (36.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara sebenarnya dilihat dari jenis kata digunakan perempuan menurut Januari 2003-Juni 2004 (78.3%) dengan istilah dilihat dari jenis kata digunakan perempuan menurut Februari 2004-Desember 2005 (41.8%), terdapat selisih sebesar (36.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada istilah dan sebenarnya didapat nilai $X^2 = 5.419$ dengan taraf signifikansi sebesar .020 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (5.419 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara istilah dan sebenarnya.

z. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Bahasa yang digunakan artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap bahasa indonesia dan nonbahasa indonesia berdasarkan bahasa yang digunakan artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara bahasa indonesia dilihat dari bahasa yang digunakan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (61.3%) dengan nonbahasa indonesia dilihat dari bahasa yang digunakan sebenarnya menurut Februari 2004-Desember 2005 (22.6%), terdapat selisih sebesar (38.7%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonbahasa indonesia dilihat dari bahasa yang digunakan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (77.4%) dengan bahasa indonesia dilihat dari bahasa yang digunakan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (19.4%), terdapat selisih sebesar (38.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada bahasa indonesia dan nonbahasa indonesia didapat nilai $X^2 = 3.431$ dengan taraf signifikansi sebesar .064 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (3.431 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara bahasa indonesia dan nonbahasa indonesia.

a.a. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Sifat bahasa yang digunakan

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap ilmiah dan nonilmiah berdasarkan sifat bahasa digunakan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara ilmiah dilihat dari sifat bahasa digunakan menurut Januari 2003-Juni 2004 (49.0%) dengan nonilmiah dilihat dari bahasa yang digunakan sebenarnya menurut Februari 2004-Desember 2005 (15.6%), terdapat selisih sebesar (33.4%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonilmiah dilihat dari sifat bahasa digunakan menurut Januari 2003-Juni 2004 (84.4%) dengan ilmiah dilihat dari sifat bahasa menurut Februari 2004-Desember 2005 (51.0%), terdapat selisih sebesar (33.4%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada ilmiah dan nonilmiah didapat nilai $X^2 = 16.498$ dengan taraf signifikansi sebesar .000 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (16.498 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara ilmiah dan nonilmiah.

a.b. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Gaya penulisan artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap formal dan nonformal berdasarkan gaya penulisan artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara formal dilihat dari gaya penulisan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (68.1%) dengan nonformal dilihat dari gaya penulisan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (30.2%), terdapat selisih sebesar (37.9%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonformal dilihat dari gaya penulisan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (69.8%) dengan formal dilihat dari gaya penulisan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (22.5%), terdapat selisih sebesar (37.9%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada formal dan nonformal didapat nilai $X^2 = .037$ dengan taraf signifikansi sebesar .848 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (.037 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara formal dan nonformal.

- a.c. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Cara penggunaan kata orang pertama.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap baku dan tidak baku berdasarkan cara penyajian pesan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara baku dilihat dari cara penggunaan kata orang pertama menurut Januari 2003-Juni 2004 (66.7%) dengan tidak baku dilihat dari cara penggunaan kata orang pertama menurut Februari 2004-Desember 2005 (10.0%), terdapat selisih sebesar (56.7%). Sedangkan untuk perbandingan antara tidak baku dilihat dari cara penggunaan kata orang pertama menurut Januari 2003-Juni 2004 (90.0%) dengan baku dilihat dari cara penggunaan kata orang pertama menurut Februari 2004-Desember 2005 (33.3%), terdapat selisih sebesar (56.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada baku dan tidak baku didapat nilai $X^2 = 2.312$ dengan taraf signifikansi sebesar .128 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($2.312 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara baku dan tidak baku.

- a.d Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Cara penyajian.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap serius dan santai berdasarkan cara penyajian pesan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara serius dilihat dari cara penyajian menurut Januari 2003-Juni 2004 (76.0%) dengan santai dilihat dari cara penyajian menurut Februari 2004-Desember 2005 (36.9%), terdapat selisih sebesar (39.1%). Sedangkan untuk perbandingan antara santai dilihat dari cara penyajian menurut Januari 2003-Juni 2004 (63.1%) dengan serius dilihat dari cara penyajian menurut Februari 2004-Desember 2005 (24.0%), terdapat selisih sebesar (39.1%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada serius dan santai didapat nilai $X^2 = 2.195$ dengan taraf signifikansi sebesar .138 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($2.195 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara serius dan santai.

- a.e Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Sumber bahasan artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap original dan nonoriginal berdasarkan sumber bahasan artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara original dilihat dari sumber bahasan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (75.8%) dengan nonoriginal dilihat dari sumber bahasan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (34.1%), terdapat selisih sebesar (41.7%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonoriginal dilihat dari sumber bahasan artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (65.9%) dengan original dilihat dari sumber bahasan artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (24.2%), terdapat selisih sebesar (41.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada original dan nonoriginal didapat nilai $X^2 = 1.073$ dengan taraf signifikansi sebesar .300 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($1.073 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara original dan nonoriginal .

- a.f. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Ulasan artikel disajikan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap esai dan nonesai berdasarkan ulasan artikel disajikan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara esai dilihat dari ulasan artikel disajikan menurut Januari 2003-Juni 2004 (60.0%) dengan nonesai dilihat dari ulasan artikel disajikan menurut Februari 2004-Desember 2005 (27.5%), terdapat selisih sebesar (32.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonesai dilihat dari ulasan artikel disajikan menurut Januari 2003-Juni 2004 (72.5%) dengan esai dilihat dari ulasan artikel disajikan menurut Februari 2004-Desember 2005 (40.0%), terdapat selisih sebesar (32.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada esai dan nonesai didapat nilai $X^2 = 1.769$ dengan taraf signifikansi

sebesar .183 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($1.769 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara esai dan nonesai.

a.g. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Artikel disajikan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap positif dan negatif berdasarkan artikel disajikan Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara positif dilihat dari artikel disajikan menurut Januari 2003-Juni 2004 (66.2%) dengan negatif dilihat dari artikel disajikan menurut Februari 2004-Desember 2005 (26.3%), terdapat selisih sebesar (39.9%). Sedangkan untuk perbandingan antara negatif dilihat dari artikel disajikan menurut Januari 2003-Juni 2004 (73.7%) dengan positif dilihat dari artikel disajikan menurut Februari 2004-Desember 2005 (33.8%), terdapat selisih sebesar (39.9%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada positif dan negatif didapat nilai $X^2 = .657$ dengan taraf signifikansi sebesar .418 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($1.769 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara positif dan negatif.

a.h. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Fokus bahasan artikel dititikberatkan.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap perempuan dan laki-laki berdasarkan fokus bahasan artikel dititikberatkan Januari 2003-Januari 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara perempuan dilihat dari fokus bahasan artikel dititikberatkan menurut Januari 2003-Juni 2004 (62.1%) dengan laki-laki dilihat dari fokus bahasan artikel dititikberatkan menurut Februari 2004-Desember 2005 (22.4%), terdapat selisih sebesar (39.7%). Sedangkan untuk perbandingan antara laki-laki dilihat dari fokus bahasa artikel dititikberatkan menurut Januari 2003-Juni 2004 (77.6%) dengan perempuan dilihat dari fokus bahasan artikel dititikberatkan menurut Februari 2004-Desember 2005 (37.9%), terdapat selisih sebesar (39.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada perempuan dan laki-laki didapat nilai $X^2 = 3.113$ dengan taraf signifikansi sebesar .078 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($3.113 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki.

a.i. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Solusi diberikan setelah membaca.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap solusi dan nonsolusi berdasarkan solusi diberikan setelah membaca Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara solusi dilihat dari solusi diberikan setelah membaca menurut Januari 2003-Juni 2004 (66.2%) dengan nonsolusi dilihat dari solusi diberikan setelah membaca menurut Februari 2004-Desember 2005 (27.3%), terdapat selisih sebesar (38.9%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonsolusi dilihat dari solusi diberikan setelah membaca menurut Januari 2003-Juni 2004 (72.7%) dengan solusi dilihat dari solusi diberikan setelah membaca menurut Februari 2004-Desember 2005 (33.8%), terdapat selisih sebesar (39.7%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada solusi dan nonsolusi didapat nilai $X^2 = .539$ dengan taraf signifikansi sebesar .463 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($.539 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara solusi dan nonsolusi.

a.j. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Gender dipresentasikan gambar.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap perempuan dan laki-laki berdasarkan gender dipresentasikan gambar Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi antara perempuan dilihat gender dipresentasikan gambar menurut Januari 2003 - Juni 2004 (69.9%) dengan laki-laki dilihat dari gender

dipresentasikan gambar menurut Februari 2004-Desember 2005 (34.4%), terdapat selisih sebesar (35.5%). Sedangkan untuk perbandingan antara laki-laki dilihat dari gender dipresentasikan gambar menurut Januari 2003-Juni 2004 (65.6%) dengan perempuan dilihat dari gender dipresentasikan gambar menurut Februari 2004-Desember 2005 (30.1%), terdapat selisih sebesar (35.5%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada perempuan dan laki-laki didapat nilai $X^2 = .194$ dengan taraf signifikansi sebesar .659 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (.194 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki.

a.k. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Tampilan gambar artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap vulgar dan sopan berdasarkan tampilan gambar artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi vulgar dilihat tampilan gambar artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (65.7%) dengan sopan dilihat dari tampilan gambar artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (27.1%), terdapat selisih sebesar (38.6%). Sedangkan untuk perbandingan antara sopan dilihat dari tampilan gambar gender menurut Januari 2003-Juni 2004 (72.9%) dengan vulgar dilihat dari tampilan gambar artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (34.3%), terdapat selisih sebesar (38.6%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada vulgar dan sopan didapat nilai $X^2 = .683$ dengan taraf signifikansi sebesar .409 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (.683 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara vulgar dan sopan.

a.l. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Komposisi antara halaman artikel.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap 50% artikel 50% iklan dan 80% artikel 20% iklan berdasarkan komposisi antara halaman artikel Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi 50% artikel 50% iklan dilihat dari komposisi antara halaman artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (71.9%) dengan 80% artikel 20% iklan dilihat dari komposisi antara halaman artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (34.5%), terdapat selisih sebesar (37.4%). Sedangkan untuk perbandingan antara 80% artikel 20% iklan dilihat dari komposisi antara halaman artikel menurut Januari 2003-Juni 2004 (65.5%) dengan 50% artikel 50% iklan dilihat dari komposisi antara halaman artikel menurut Februari 2004-Desember 2005 (28.1%), terdapat selisih sebesar (37.4%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada 50% artikel 50% iklan dan 80% artikel 20% iklan didapat nilai $X^2 = .550$ dengan taraf signifikansi sebesar .458 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel (.550 < 165.211) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara 50% artikel 50% iklan dan 80% artikel 20% iklan.

a.m. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Konsep pendekatan artikel segmentasi.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap psikologis dan nonpsikologis berdasarkan konsep pendekatan artikel segmentasi Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi psikologis dilihat dari konsep pendekatan artikel segmentasi menurut Januari 2003-Juni 2004 (75.9%) dengan nonpsikologis dilihat dari konsep pendekatan artikel segmentasi menurut Februari 2004-Desember 2005 (37.7%), terdapat selisih sebesar (38.2%). Sedangkan untuk perbandingan antara nonpsikologis dilihat dari konsep pendekatan artikel segmentasi menurut Januari 2003-Juni 2004 (62.3%) dengan psikologis dilihat dari konsep pendekatan artikel segmentasi menurut Februari 2004-Desember 2005 (24.1%), terdapat selisih sebesar (38.2%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada psikologis dan nonpsikologis didapat nilai $X^2 = 2.475$ dengan taraf signifikansi sebesar .116 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan

demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($2.475 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara psikologis dan nonpsikologis.

a.n. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Jenis hadiah kuis.

Hasil analisis perbedaan proporsi terhadap produk dan experience berdasarkan jenis hadiah kuis Januari 2003-Juni 2004 dan Februari 2004-Desember 2005, perbandingan perbedaan proporsi produk dilihat dari jenis hadiah kuis menurut Januari 2003-Juni 2004 (55.1%) dengan experience dilihat dari jenis hadiah kuis menurut Februari 2004-Desember 2005 (21.2%), terdapat selisih sebesar (33.9%). Sedangkan untuk perbandingan antara experience dilihat dari jenis hadiah kuis menurut Januari 2003-Juni 2004 (78.8%) dengan produk dilihat dari jenis hadiah kuis menurut Februari 2004-Desember 2005 (44.9%), terdapat selisih sebesar (33.9%). Pada hasil hitung Chi Kuadrat, artikel pada produk dan experience didapat nilai $X^2 = 7.336$ dengan taraf signifikansi sebesar .007 dan derajat kebebasan (df)=1. Untuk taraf kesalahan 5%, nilai Chi Kuadrat dalam tabel menunjukkan angka 165.211. Dengan demikian, karena nilai Chi Kuadrat lebih kecil dari Chi Kuadrat Tabel ($7.336 < 165.211$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikansi antara produk dan *experience*.

Tabel 43
Hasil Analisis Chi Kuadrat Untuk Variabel Periode Terbitan

Variabel	Value	2-side	1-sided
Bulan	8.938	.003	.003
Jenis Kelamin Penulis	3.893	.048	.050
Penempatan Halaman	37.035	.000	.000
Jenis Kelamin Tokoh	1.441	.230	.160
Pekerjaan Tokoh	6.901	.009	.007
Level Jabatan	10.395	.001	.001
Status Ekonomi Tokoh	4.411	.036	.028
Topik	.809	.368	.245
Ciri Identitas Artikel	.819	.366	.253
Bidang Permasalahan	3.479	.062	.048
Sisi Artikel Olahraga	9.915	.002	.001
Pandangan Tokoh Tentang Hidup	8.647	.003	.003
Pandangan Tokoh Tentang Keluarga	6.038	.014	.011
Pandangan Tokoh Tentang Laki-laki	7.540	.006	.005
Setiap Pergi Pesta Tokoh Perempuan Digambarkan	5.523	.019	.015
Artikel Tokoh Ditampilkan Mengikuti Tren	10.943	.001	.001
Merk Artikel Kecantikan	9.635	.002	.002
Artikel Kecantikan Dimuat	2.882	.090	.067
Cara Penyajian Pesan	6.903	.009	.007
Representasi Perempuan Artikel	2.378	.123	.091
Sifat Uraian Artikel	.390	.533	.338
Sifat Artikel Financial Perempuan Berperilaku	.413	.521	.336
Representasi Perempuan Artikel Karir Hubungan lingkungan Pekerjaan	12.872	.000	.000
Tokoh Perempuan Dikaitkan Sex	9.954	.002	.001
Jenis Kata digunakan Perempuan	5.419	.020	.017
Bahasa yang digunakan artikel	3.431	.064	.049
Sifat Bahasa yang digunakan	16.498	.000	.000
Gaya Penulisan Artikel	.037	.848	.509
Cara Penggunaan Kata Orang Pertama	2.312	.128	.119
Cara Penyajian	2.195	.138	.100
Sifat Uraian Artikel	7.791	.005	.009
Sumber Bahasan Artikel	1.073	.300	.209
Ulasan Artikel Disajikan	1.769	.183	.134
Artikel Disajikan	.657	.418	.278
Fokus Bahasan Artikel Dititikberatkan	3.113	.078	.058
Solusi Diberikan Setelah Membaca	.539	.463	.301
Gender Dipresentasikan Gambar	.194	.659	.410

Tampilan Gambar Artikel	.683	.409	.268
Komposisi Antara Halaman Artikel	.550	.458	.295
Konsep Pendekatan Artikel Segmentasi	2.475	.116	.085
Jenis Hadiah Kuis	7.336	.007	.006

5. Perbedaan proporsi artikel menurut Periode Terbitan dan Ukuran panjang.

Khusus untuk analisis perbedaan proporsi di antara dua variabel tidak dengan Chi Kuadrat, tetapi sesuai dengan ketentuan analisis statistik untuk variabel berukuran nominal dan ratio digunakan Uji T (T- test). Hasil perhitungan uji beda T-test menunjukkan bahwa nilai t sebesar .716 dengan derajat kebebasan (df) 98, taraf signifikansi untuk *two tail* adalah .476 dengan standar kesalahan perbedaan .45826

PENUTUP

Kesimpulan

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, bahwa permasalahan yang ingin diketahui dari penelitian ini adalah “Seberapa besar representasi wanita dalam majalah lifestyle dan Apakah ada atau tidak perbedaan representasi wanita dalam majalah lifestyle. Berdasarkan temuan dan hasil analisis, dapat dikemukakan kesimpulan atau jawaban atas permasalahan sebagai berikut:

Dalam temuan penelitian berdasarkan frekwensi isi artikel menurut kategori penulis, menunjukkan bahwa mayoritas penulis perempuan lebih dominan dari penulis laki-laki. Di lihat dari Representasi tokoh di dalam artikel pada sisi artikel olahraga fisik lebih dominan dari pada sisi artikel nonfisik.

Berdasarkan Teknik Penyajiannya bahasa yang digunakan dalam artikel adalah bahasa Indonesia lebih banyak digunakan dalam setiap penulisan artikel. Berdasarkan analisis didapatkan bahwa: Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara Januari-Maret, April-Juni dan Juli-September, Oktober-Desember dilihat dari bulan dalam periode terbitan.; Tidak terdapat perbedaan signifikan antara perempuan dan laki-laki dilihat dari jenis kelamin penulis dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara halaman depan dan halaman belakang dilihat dari penempatan halaman dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki dilihat dari jenis kelamin tokoh dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara karyawan swasta dan praktek sesuai profesi dilihat dari pekerjaan tokoh dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara direktur dan manager dilihat dari level jabatan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara menengah bawah dan menengah atas dilihat dari status ekonomi tokoh dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara kesehatan dan sosial dilihat dari topik dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara emosional dan nonemosional dilihat dari ciri identitas artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara politik dan sosial dilihat dari bidang permasalahan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara fisik dan nonfisik dilihat dari sisi artikel olahraga dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara hidup itu menyenangkan dan hidup itu tidak menyenangkan dilihat dari pandangan tokoh tentang hidup dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara hal terpenting selain karir dan keluarga adalah lingkungan nyaman dilihat dari pandangan tokoh tentang keluarga dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara laki-laki adalah otoriter dan laki-laki adalah lingkungan nyaman dilihat dari pandangan tokoh tentang laki-laki dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara hemat dan boros dilihat dari setiap pergi pesta tokoh perempuan digambarkan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara loyal dan tidak loyal dilihat dari artikel tokoh ditampilkan mengikuti tren dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara merk terkenal dan merk tidak terkenal dilihat dari merk artikel kecantikan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara fisik dan nonfisik dilihat dari artikel kecantikan dimuat dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara mengangkat derajat dan menurunkan derajat dilihat dari cara penyajian pesan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara memuaskan dan tidak memuaskan dilihat dari representasi perempuan artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara memberikan solusi dan tidak memberikan solusi dilihat dari sifat uraian artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara bijak dan tidak bijak dilihat dari sifat artikel financial perempuan berperilaku dalam

periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara management-staff dan antar staff dilihat dari representasi perempuan artikel karir hubungan lingkungan pekerjaan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara ya dan tidak dilihat dari tokoh perempuan dikaitkan sex dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara istilah dan sebenarnya dilihat dari jenis kata digunakan perempuan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara bahasa Indonesia dan nonbahasa Indonesia dilihat dari bahasa yang digunakan artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara ilmiah dan nonilmiah dilihat dari sifat bahasa yang digunakan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara formal dan nonformal dilihat dari gaya penulisan artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara baku dan tidak baku dilihat dari cara penggunaan kata orang pertama dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara serius dan santai dilihat dari cara penyajian dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara original dan nonoriginal dilihat dari sumber bahasan artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara esai dan nonesai dilihat dari ulasan artikel disajikan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara positif dan negatif dilihat dari artikel disajikan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki dilihat dari fokus bahasan artikel dititikberatkan dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara solusi dan nonsolusi dilihat dari solusi diberikan setelah membaca dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara perempuan dan laki-laki dilihat dari gender dipresentasikan gambar dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara vulgar dan sopan dilihat dari tampilan gambaran artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara 50% artikel 50% iklan dan 80% artikel 20% iklan dilihat dari komposisi antara halaman artikel dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara psikologis dan nonpsikologis dilihat dari konsep pendekatan artikel segmentasi dalam periode terbitan; Tidak terdapat perbedaan signifikansi antara produk dan experience dilihat dari jenis hadiah kuis dalam periode terbitan. Dari hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan representasi perempuan dalam majalah lifestyle.

Saran

Saran-saran yang dapat diberikan dari kesimpulan diatas dalam penelitian ini adalah, pertama: bagi humas majalah Cosmopolitan dalam mengantisipasi ketidakseimbangan liputan media atas isu-isu tentang majalah Cosmopolitan yang harus dilakukan oleh humas terhadap kemungkinan opini yang ditimbulkan atas liputan tersebut adalah mengelola hubungan yang baik dengan media. Prioritas pertama adalah kesediaan humas dihubungi kapan saja dan menyediakan pelayanan setiap waktu bagi media. Tim humas yang berurusan dengan media harus dapat menjelaskan secara benar menyangkut isu-isu yang kurang mendapat liputan, dengan menyediakan informasi, baik secara proaktif, responsif, maupun faktual.

Kedua, praktisi Humas majalah Cosmopolitan juga harus dapat melakukan pendekatan berdasarkan hasil pemberitaan yang dilakukan oleh media surat kabar, dengan melakukan analisis pemberitaan dalam bentuk klipping dianalisis dalam pemberitaan yang negatif dan positif dan dirangkum dalam sebuah tren pemberitaan. Selain itu, humas majalah Cosmopolitan sebaiknya melakukan pemetaan media massa berupa kumpulan informasi yang sistematis mengenai kebutuhan informasi media yang berkaitan dengan rubrik yang dimilikinya dan kepentingan media massa tersebut.

Sedangkan bagi institusi media, khususnya kepada para praktisi media dalam keterlibatannya mendukung good governance menyediakan informasi yang terbuka bagi masyarakat untuk menunjukkan kinerja macam apa yang ditunjukkan oleh para pejabat dalam menjalankan mandat mereka sebagai pemerintah. Media juga diharapkan lebih berperan dalam mendorong good governance dengan melakukan promosi nilai-nilai good governance itu sendiri, meningkatkan fungsi kontrol sosial dengan memonitor atau mengawasi proses pengambilan kebijakan dan proses di mana kebijakan itu dilaksanakan (atau tidak dilaksanakan), dan media diharapkan mampu lebih banyak menyuarakan kepentingan kaum tidak bersuara.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong U. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Effendy, Onong U. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung
- McQuail, D., Windahl, S. 1986. *Communication Models For the Study of Mass Communications*. New York: Longman.
- Muhadjir, Noeng. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Fenomenologik, dan Radikalisme Metaphisik Telaah Studi Teks dan Penelitian Agama, Edisi III*. Penerbit Rake Sarasin.
- Stempel III, Guido H. 1983. *Analisis Isi*. Penerjemah. Jalaluddin Rakhmat dan Arko Kasta S. Bandung: Arai Komunikasi.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2003. *Teori Komunikasi*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.