

**Nama** : Astuti Dwi Wahyu Pertiwi  
**NIM** : D2C009126  
**Judul** : Interpretasi Khalayak dalam Rubrik *Goresan Hati* pada Majalah *Sekar*

---

### ABSTRAK

Perempuan senantiasa dijadikan objek yang tepat dalam setiap bidikan panah media massa, khususnya di Indonesia. Berbagai masalah pribadi perempuan yang terungkap di media massa menjadikan posisi perempuan semakin termarginalkan. Salah satu media massa yang melanggengkan praktik publikasi masalah pribadi yang dilakukan para perempuan adalah Majalah *Sekar* dengan nama rubriknya *Goresan Hati*. Mulai dari kasus perselingkuhan, perceraian, sampai kekerasan dalam rumah tangga, coba diangkat oleh pihak *Goresan Hati* sebagai motif bantuan bagi para perempuan yang mengalami kisah pahit dalam hidupnya, dengan bercerita secara gamblang pada rubrik tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan resepsi yang berpijak pada deskripsi kata-kata yang mencakup pencarian data dan fakta mengenai suatu fenomena dengan tujuan menjelaskan suatu keadaan atau fenomena. Penelitian kualitatif memerlukan keterlibatan yang lebih mendalam dengan khalayak itu sendiri. Ini termasuk teknik seperti wawancara dalam rangka untuk sampai pada kesimpulan tentang perilaku khalayak dalam kaitannya dengan konsumsi media (Kothari, 2004).

Hasil penelitian berdasarkan pemaknaan pembaca pada rubrik *Goresan Hati*, menunjukkan khalayak menganggap bahwa cerita dalam rubrik *Goresan Hati* merupakan sebuah cerita yang dapat dijadikan pembelajaran dalam kehidupan seseorang. Selain itu, sikap waspada dan hati-hati dalam bertindak dapat muncul setelah membaca rubrik ini. Selain itu masalah pribadi perempuan yang ada pada majalah wanita, diyakini karena masih diterapkannya sistem patriarki yang masih mengakar kuat dalam kehidupan antara laki-laki dan perempuan. Terdapat keberagaman pendapat mengenai keorisinilan kisah dalam rubrik *Goresan Hati* sebagian informan menganggap bahwa cerita *Goresan Hati* merupakan kisah nyata yang ditulis langsung oleh si 'korban' sedangkan dua informan lain berpendapat bahwa kisah tersebut adalah murni hasil rekayasa media demi mendapatkan perhatian publik dengan latar belakang untuk memperoleh keuntungan semata.

Kata kunci : perempuan dan media, pengungkapan masalah pribadi.

**Nama** : Astuti Dwi Wahyu Pertiwi  
**NIM** : D2C009126  
**Judul** : Audience Interpretation for Rubric of *Goresan Hati* on *Sekar*  
Magazine

---

### ABSTRACT

Women continue to be appropriate objects in every shot arrows of mass media, especially in Indonesia. Women's personal problems were revealed in the media makes women more marginalized position. One of the mass media who perpetuate the practice of publishing personal problems that the women are *Sekar* Magazine to name columns *Goresan Hati*. Ranging from cases of infidelity, divorce, domestic violence up, trying to be appointed by the liver as a motive Scratches aid for women who experienced the bitter story of his life, with vivid storytelling on the rubric.

This research uses descriptive qualitative research method using an approach based on the description of the reception of words that includes collecting data and facts about a phenomenon in order to explain a situation or phenomenon. Qualitative research requires a deeper engagement with the audience itself. These include techniques such as interviews in order to arrive at conclusions about audience behavior in relation to media consumption (Kothari, 2004).

The results based on the interpretation of the reader *Goresan Hati* rubric, show the audience think that the story in the rubric *Goresan Hati* is a story that can be used as learning in one's life. In addition, being alert and cautious in acting may arise after reading this column. Besides women's personal problems that exist in women's magazines, is still believed to be due to the implementation of the patriarchal system that still entrenched in the lives of men and women. There is a diversity of opinion regarding the originality of the story within the rubric of some informants *Goresan Hati* Stroke Heart assume that the story is a true story written directly by the 'victim' while two other informants argued that the story is purely engineered media to get the public's attention to the background to obtain profit.

Keywords: women and the media, the disclosure of personal problems.



**Interpretasi Khalayak dalam Rubrik *Goresan Hati* pada  
Majalah *Sekar***

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama: Astuti Dwi Wahyu Pertiwi**

**NIM : D2C009126**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2013**

## **PENDAHULUAN**

Media massa pada hakikatnya merupakan perantara komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber berita ke khalayak banyak. Salah satu media massa tersebut adalah majalah. Majalah adalah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis (Assegaff, 1983 : 127).

Selain memuat artikel, majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review dan ilustrasi yang dapat mewarnai isi dari majalah. Majalah juga tak jarang dijadikan rujukan oleh para pembacanya dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya. Kemunculan majalah memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi beragam yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini. Maka tak perlu heran berbagai ragam majalah beredar saat ini, yang mana disesuaikan dengan segmentasinya.

Majalah dapat dibedakan menurut pembaca pada umumnya atau kelompok pembaca yang menjadi target pasarnya, yakni majalah dapat diklasifikasikan menurut segmen demografis (usia atau jenis kelamin), atau pun pembedaan secara psikografis, dan geografis atau dapat dilihat dari segi kebijakan editorialnya (Kasali, 1992:111).

Salah satu jenis majalah yang saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat yakni majalah wanita. Majalah wanita adalah majalah yang berisikan karangan-karangan khusus mengenai dunia

wanita, dari masalah-masalah mode, resep masakan, kekeluargaan dan juga yang dihiasi dengan foto-foto (Assegaff, 1983 : 126-128).

Kehadiran majalah wanita ini menjadi ruang tersendiri bagi kaum hawa untuk mengekspresikan diri. Salah satu isi dari majalah wanita adalah rubrik-rubrik yang berisi curahan hati yang dilengkapi dengan konsultasi dari ahli psikolog.

Selama ini sudah banyak majalah yang memberikan kesempatan bagi para perempuan untuk menuliskan segala opini atau bahkan menuliskan masalah-masalah (nyata) yang dialaminya dalam rubrik-rubrik curahan hati yang sudah disediakan. Kisah nyata yang dikirim langsung oleh 'si korban' ini, ternyata diminati banyak pembaca perempuan untuk menceritakan kisah seputar kehidupan dan masalah mereka untuk dimuat dalam majalah.

Majalah *Sekar* hadir untuk mencoba memenuhi segala informasi yang dibutuhkan oleh para wanita Indonesia. *Sekar* memposisikan *brand*-nya sebagai sahabat dan tempat bertanya yang tepat dan akurat. Menghadirkan informasi seputar dirinya, keluarga, hingga kehidupan sebagai seorang wanita. Dengan komposisi yang berimbang *Sekar* menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh wanita pada umumnya yakni gaya hidup, kecantikan, kesehatan, dan resep-resep masakan. (<http://www.majalahsekar.com/sekar-info/feature>, 17 Maret : 20.45 ).

Banyak ditemuinya majalah wanita yang memberikan ruang curahan hati bagi kaumnya untuk menceritakan masalah-masalah yang sedang dialami membuat media tak lagi hanya menjadi saluran informasi melainkan juga sebagai tempat untuk pengungkapan sebuah hal yang bersifat pribadi. Media tampaknya dapat menjadi pengaruh yang cukup besar bagi pembacanya dengan menyajikan isi pesan yang ditulis cukup sederhana sehingga mudah untuk dimengerti.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mencoba mengidentifikasi bagaimana khalayak secara aktif dapat memaknai isi pesan dari rubrik *Goresan Hati* pada Majalah *Sekar*.

## ISI

Ketika sorotan media massa pada persoalan perempuan, terkesan maknanya sebagai pelengkap pemberitaan. Persoalan menjadi serius ketika pemberitaan media massa menyangkut sisi-sisi “pribadi perempuan”, makna pemberitaannya justru menjadi konsumsi laki-laki, maka di situ terkesan bahwa perempuan sedang dieksploitasi sebagai sikap ketidakadilan terhadap perempuan dan bahkan kekerasan terhadap mereka. Hal yang dilakukan media ini, tidak berlaku ketika kaum laki-laki mengalami hal yang sama dengan wanita, ketika kaum Adam mengalami hal yang mencoreng sisi seksualitas mereka, jarang sekali media menghadirkannya ke publik. Ketika hadir pun, media menganggapnya sebagai hinaan terbesar bagi kaum yang terkuat di bumi ini.

Media juga tak jarang memperlihatkan berita mengenai pemerkosaan atau tindak kekerasan terhadap perempuan. Seolah-olah tindakan tersebut dapat terjadi karena tindakan atau cara berperilaku perempuan. Helen Benedict mengungkapkan tentang laporan kejahatan seksual ditemukan bahwa perempuan memang sering disalahkan atas tindakan “provokatif” mereka, namun tidak semua korban kejahatan seksual direpresentasikan dengan cara yang persis sama (dalam Byerly, 2006 : 43).

Memang media turut membuat sejarah panjang “penjajahan” terhadap perempuan, namun media melalui beritanya sampai hari ini masih belum mau beranjak dari lingkaran stereotipe gender yang diperlihatkan dalam setiap pemberitaan yang diterbitkan.

Ketertarikan seseorang dalam membeli majalah juga dapat dipengaruhi pula oleh *cover* atau sampul majalah tersebut. Sampul dalam sebuah majalah dapat mengungkapkan janji-janji seperti *personality* atau kepribadian dari majalah itu sendiri. Selain itu, lewat sampul majalah akan jelas terlihat siapa target pembacanya (Kitch, 2001 : 4).

Penelitian tentang resepsi khalayak perempuan pernah dilakukan oleh Janice Radway. Karyanya, *Reading The Romance : Women, Patriarchy, and Popular Literature* (1984) merupakan salah satu studi pertama yang meneliti ketertarikan teks dari sudut pandang pembaca sehingga merupakan sebuah teks kunci dalam sejarah penelitian khalayak. Radway mewawancarai para pembaca novel-novel Harlequin Romance.

Radway mempelajari bagaimana para perempuan menafsirkan novel-novel romantis dan mencermati teks sebagai bagian dari sebuah proses interpretatif.

Dalam penelitian khalayak dalam majalah *Sekar* ini teori yang tepat digunakan adalah teori khalayak Ien Ang, dimana analisis resepsi menyampaikan bahwa teks dan penerimanya adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan sebagai suatu daerah kajian yang berkesinambungan dan memiliki aspek sosial komunikasi. Teks media hanya memunculkan makna pada saat diresepsi, yaitu ketika teks tersebut dibaca, dilihat, atau didengar. Khalayak sebagai penerima dipandang sebagai *producer of meaning*, bukan hanya konsumen media saja. Mereka men-*decode* atau menginterpretasikan teks media sesuai dengan pengalaman sosial dan historis mereka. Dengan demikian dihasilkan cara yang berbeda dari kelompok-kelompok sosial yang berbeda pula dalam menginterpretasikan teks media yang sama. Atas dasar kesamaan minat dan pemahaman yang sama mengenai teks media maka terbentuklah kelompok-kelompok dimana tiap anggota di dalamnya memiliki ketertarikan yang sama untuk bertukar pikiran mengenai teks di media (dalam Downing, Mohammad, dan Sreberny Mohammad, 1990 : 165).

Khalayak yang mejad informan daam penelitian ini merupakan khalayak yag masih aktif membaca rubrik *Goresan Hati*. Keempat informan memiliki tingkat pendidikan dan lingkungan sosial yang berbeda Dalam wawancara informan menyampaikan interpretasi mereka masing-



masing terkait dengan tulisan rubrik *Goresan Hati*. Khalyak yang dalam hal ini merupakan penghasil makna memaknai isi rubrik *Goresan Hati* secara beragam, karena teks yang berbeda dapat menghasilkan pemaknaan yang beragam.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Khalayak menganggap bahwa cerita dalam rubrik *Goresan Hati* merupakan sebuah cerita yang dapat dijadikan pembelajaran dalam kehidupan seseorang.
2. Penelitian ini menunjukkan kesamaan pendapat antara keempat informan mengenai gambaran perempuan dalam rubrik *Goresan Hati* yakni perempuan sebagai sosok yang tertindas, bodoh, hina, tergantung pada pihak laki-laki.
3. Penelitian ini menunjukkan keberagaman pendapat mengenai keorisinilan kisah dari setiap cerita dalam rubrik *Goresan Hati*. Sebagian informan mengaku bahwa proses dramatisasi kuat terjadi di dalam rubrik tersebut. Sedangkan salah seorang informan mengaku bahwa cerita dalam rubrik *Goresan Hati* adalah cerita yang memang benar-benar terjadi yang dialami oleh seseorang. Dimungkinkan bahwa seseorang yang menuliskan masalahnya dalam rubrik tersebut karena tidak memiliki tempat untuk bercerita sehingga memilih media massa sebagai wadah dalam mengungkapkan perasaan hati.

## **PENUTUP**

Berbagai penelitian tentang perempuan dalam media massa nyaris semuanya menunjukkan wajah perempuan yang kurang menggembirakan. Perempuan sering digambarkan sebagai sosok yang penuh derita, noda dan terdiskriminasi. Padahal perempuan pun sama dengan laki-laki sebagai manusia utuh yang terdiri atas badan dan jiwa serta bebas menentukan sikap dan menjadi dirinya sendiri. Sejumlah kalangan menilai, pemberitaan tentang wanita pun masih sedikit, sehingga terjadi ketimpangan informasi.

Isu seputar perempuan seperti kesetaraannya dengan laki-laki, terutama dalam sektor publik, memang sudah menjadi kebijakan pemerintah. Tak kurang dari regulasi tentang perempuan dan pembentukan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan yang mengurus masalah-masalah kaum perempuan. Tapi, kondisi aktual masyarakat saat ini kurang mendukung upaya penyetaraan itu. Masyarakat kita masih menganut ideologi dan nilai-nilai patriarki, yang menganggap posisi laki-laki lebih dominan ketimbang perempuan. Bahkan, perempuan masih dianggap sebagian besar orang sebagai subordinat dari sebuah sistem.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, Djaffar. 1983. *Jurnalistik Masa Kini*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Byerly, Carolyn M., and Karen Ross. 2006. *Women and Media, A Critical Introduction*. Australia: Blackwell Publishing.
- Chambers, Deborah, Steiner, and Carole, F. (2004). *Women And Journalism*. London And New York.
- Croteau, David, and Hoynes, William. (2003). *Media Society : Industries, images and audiences (3rd Edition)*. Thousand Oaks : Pine Forge Press.
- Downing, John, Ali Mohammadi, Annabelle Sreberny-Mohammadi. 1990. *Questioning The Media a Critical Introduction*. USA: Sage Publication
- Fakih, Mansoer. 1996. *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Holmes, Diana. 2006. *Romance and Readership In Twentieth-Century France*. Oxfort University Press.
- Radway, Janice. 1991. *Reading Romance : Women, Patriarchy and Popular Literature*. University of California Press.
- Jensen, Klaus Bruhn. 2002. "Media Audience Reception Analysis: Mass Communication as The Social Production of Meaning". Klaus Bruhn Jensen and Nicholas W.Jankowski. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. USA: Routledge
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kitch, Carolyn L. 2001. *The Girl on the Magazines Cover : The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*. University of North Caroline Press.

Kothari, C.R. 2004. *Research Methodology : Methods and Techniques*. New Delhi : New Age International (P) Ltd.

McKay, Jenny. 2000. *The Magazines Handbook*. New York.

McQuail, Dennis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga. Jakarta.

Michelle, Zimbalist, Rosaldo, and Lamphere Louise. 1974. *Women, Culture and Society*. Stanford cal.: Stanford University Press.

Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung : PT. Remaja.

Neuman, Lawrence. 2007. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches – 6th Edition*. Boston: Pearson Education.

Tong, P. Rosemarie. 1998. *Feminist Thought, Pengantar Paling Komprehensif kepada Arus Utama Pemikiran Feminis*. Jala Sutra, Yogyakarta.

Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Kompas. Jakarta.

Thornham, Sue. 2010. *Teori Feminis dan Cultural Studies*. Yogyakarta: Jelasutra.

Thornham, Sue. 2007. *Women, Feminism and Media*. Edinburgh : Edinburgh University.

#### **Jurnal :**

Siregar, Yuanita, Aprilandini, dan Anggoro, Yudho Mahendro. *Pencitraan Perempuan di Majalah: Konstruksi Identitas Perempuan Kelas Menengah di Perkotaan*. Komunitas Vol.5 No.1. Edisi : Juli 2011.

#### **Skripsi :**

Yanti, Fitri. 2010. *Analisis Semiotik Isi Cover Majalah Sekar Edisi Februari-Maret 2010 : Representasi Perempuan Indonesia dalam Cover Majalah*. (<http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/2s1hi/206612122/halamandepan.pdf>)

Efendi, M. Yusuf. 2011. *Interpretasi Khalayak terhadap Berita-Berita Demonstrasi Mahasiswa di Surat Kabar Kompas*. Universitas Diponegoro.

Marline, Riris. 2010. *Interpretasi Khalayak terhadap Program Acara Televisi Termehek-mehek*. Universitas Diponegoro.

### **Majalah :**

Kartini. 2011. *Oh Mama, Oh Papa : Wanita yang Dicintai Suamiku*.

Minggu Pagi. 2012. *Oh Tuhan : Kekuatan Tuhan yang Kuandalkan*.

Sekar. 2013. *Goresan Hati : Kecil Ditelantarkan Orang Tua Saat Dewasa Ditelantarkan Suami*. Edisi 104.

Sekar. 2013. *Goresan Hati : Karena Terpaksa, Kutukar Anakku dengan Uang*. Edisi 108.

### **Situs Internet :**

Dwiagustriani. 2009. *Beda Chic Beda Sekar*.  
(<http://terasimaji.blogspot.com/2009/06/beda-chic-beda-sekar.html>, diakses 9 Juli 2013 : 11.00 wib).

Hidayat, Ari. 2012. *Sosok Perempuan dalam Media Massa*.  
(<http://arihidayat-arihidayat.blogspot.com/2012/04/sosok-perempuan-dalam-media-massa.html>, diakses pada 15 Juli 2013, 13 : 30 wib)

Kania, Dessy. 2013. *Komisi Penyiaran Indonesia dan Pencitraan Perempuan di Media*. (<http://mediadanperempuan.org/tag/citra-perempuan/>, diakses pada 16 Juli 2013, 14 : 14 wib).

Majalah Sekar. *Dunia Usaha Profil*. (<http://www.majalahsekar.com/dunia-usaha/profil> , 9 Juli 2013, 11.00 wib).

Prasojo, Haryo. 2013. *Kapitalisme dan Citra Tubuh Perempuan : Sebuah Gugatan terhadap Libido Pornografi*.  
(<http://haryo-prasodjo.blogspot.com/2013/05/kapitalisme-dan-citra-tubuh-perempuan.html>, diakses pada 16 Juli 2013, 14 : 34 wib).

Santi, Sarah. 2006. *Perempuan dalam Iklan Otonomi atas Tubuh atau Komoditi*.  
(<http://www.esaunggul.ac.id/article/perempuan-dalam-iklan-otonomi-atas-tubuh-atau-komoditi/>, diakses pada 15 Juli 2013, 15 : 11 wib).

