

Representasi identitas perempuan: Konstruksi kesadaran identitas oleh Majalah Perempuan : Analisis teks feature dalam majalah

Donna Asteria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74252&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis konstruksi identitas perempuan pada tiga majalah perempuan di Indonesia, yaitu: Cosmopolitan, Femina, dan Kartini, melalui representasi gaya hidup, nilai individual, dan relasi gender. Metode analisis yang digunakan adalah analisis wacana dari pemikiran Norman Fairclough dan analisis framing dan pemikiran Gamson & Modigliani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa artikel pada majalah perempuan masih mengaitkan identitas perempuan dengan ketubuhan dan kecenderungan membentuk nilai femininitas. Selain itu, masih ditemukan bahasa yang seksis dalam teks. Meskipun artikel pada majalah perempuan dapat memotivasi perempuan untuk aktualisasi eksploitasi perempuan dalam artikel tetap ada. Ini menunjukkan bahwa jurnalis perempuan pada majalah perempuan masih bias dalam penulisan dan reportase isu perempuan. Kondisi tersebut dikarenakan ideologi patriarki yang masih dominan di tempat kerja dan masyarakat. Di sisi lain, kapitalisme masih mempengaruhi aktivitas media sehingga turut mempengaruhi pembentukan identitas perempuan. Akibat ketergantungan majalah perempuan pada iklan, mendorong pembaca menjadi konsumtif karena secara tidak disadari, pembaca telah dijadikan sebagai target sasaran iklan tersebut, melalui Cara mempromosikan femininitas dalam tampilan praktik konsumsi.

.....Representation of Women's Identity: Construction of Identity's Consciousness By Women's Magazine (Text Feature Analysis in Femina, Martini, and Cosmopolitan Magazine on April The aim of this research analyze women's identity construction in three women's magazine in Indonesia, with samples:

Cosmopolitan, Femina, and Kartini by representing the lifestyle, personal values, and gender relation. Adopting to the Norman Fairclough's discourse analysis and Gamson & Modigliani's framing analysis, this research shows that articles in the women's magazines is still relating the women identity with the women's body and tendencies to construct the feminine values. Also found in this research that sexist language is still used in the texts. Although the articles can motivate women for self actualization, but exploiting women in the articles is still exist. It shows that women reporters in the women`s magazine is still bias in writing and reporting women issues. It's because of the patriarchy ideology are still dominant in the work place and society. In other hand, capitalism in economic is also influencing the media activities, so it also influencing the construction of women identities. Dependencies of the women magazine to advertisement, without notice by the reader, it makes them becoming the main target of commercialization, with promoting femininity through appearance of practical consumption, that will encourage the readers become consumptive.