

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**SKRIPSI**

**Representasi Efektivitas Komunikasi Antarpribadi**

**pada Hubungan yang Intim**

**(Studi Semiotika Peirce pada Rubrik *Rahasia Pria* di Majalah *Femina***

**Edisi Februari - Desember 2003)**

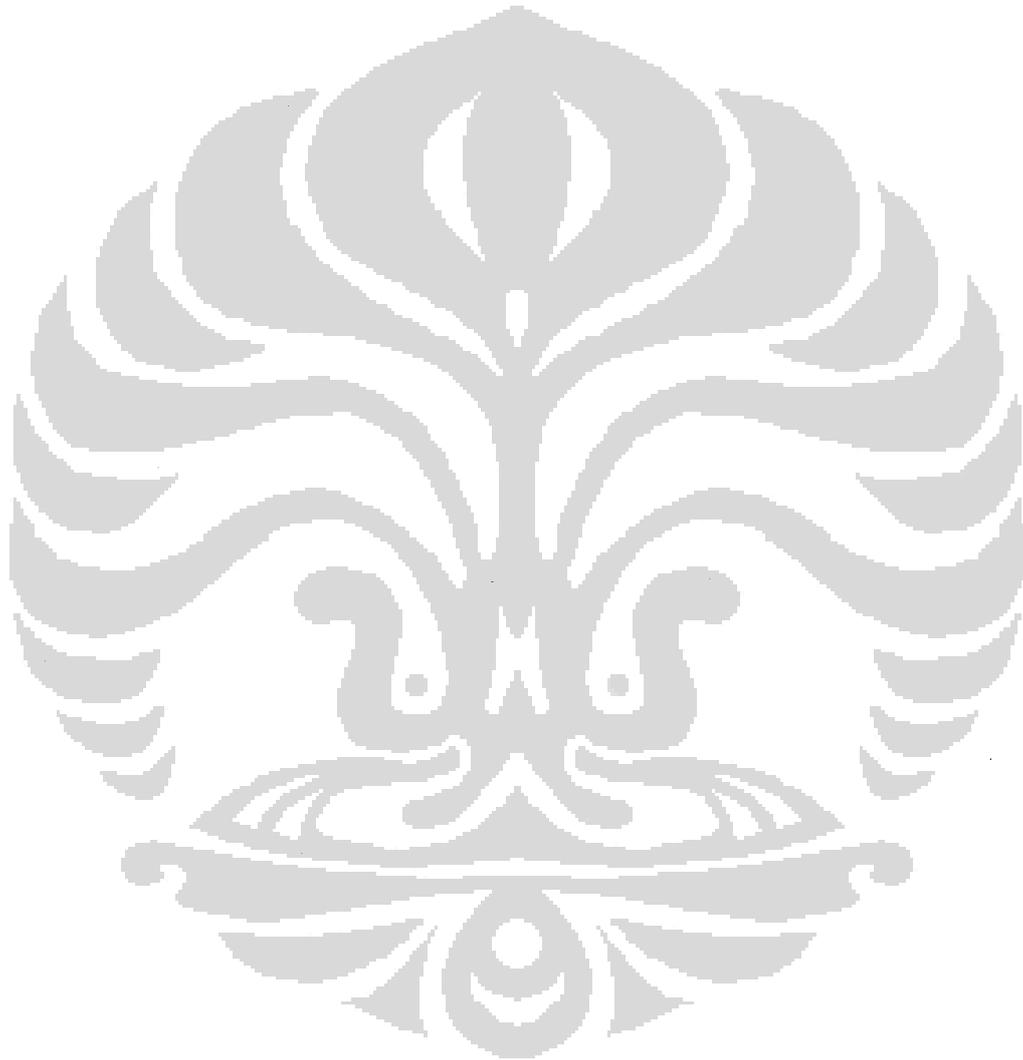
**Diajukan Oleh:**

**Yulianti Trinuringtyas  
0901240809**

**Program Studi Komunikasi Massa  
Program Ekstensi Ilmu Komunikasi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Strata Ilmu Komunikasi**

**Depok  
2004**



| PERPUSTAKAAN<br>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK<br>UNIVERSITAS INDONESIA |  |
|--|--|
| CALL<br>NUMBER<br><i>36 - kolud</i><br><i>001/04</i><br><i>TR1</i>             | TANGGAL<br>TERIMA : <i>16-8-09</i><br>NOMOR<br>BUK : _____ |

*R*

**Lembar Pengesahan SKRIPSI**

Nama : Yulianti Trinuringtyas  
NPM : 0901240809  
Judul Skripsi : Representasi Efektivitas Komunikasi Antarpribadi  
Pada Hubungan yang Intim (Studi Semiotika  
*Peirce* pada rubrik “Rahasia Pria” di Majalah  
*Femina* Edisi Februari – Desember 2003)

Telah Uji Sidang : Kamis, 22 Juli 2004

Panitia Sidang Skripsi

1. Tanggal: 05/08/04 .....

Pembimbing



Dra. Askariani Hidayat, MSi.

2. Tanggal: 4 Agustus 2004 .....

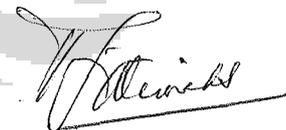
Penguji Ahli



Donna Asteria, S.Sos, M.Hum..

3. Tanggal: 06/08/04 .....

Ketua Sidang



T. Fatimah Satrio, SH, MSi.

4. Tanggal: 6 Agustus 2004 .....

Sekretaris Sidang



Dra. Melly Badriati

## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang dapat diucapkan selain mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT. Allahu Akbar...tanpa petunjukNya, tanpa ridhoNya, tak mungkin penulis berhasil merampungkan tulisan ini dalam masa dua bulan terakhir.

Penelitian ini merupakan penelitian yang bermaksud memberikan pemahaman baru dengan memaparkan secara gamblang hal-hal yang menjadi "rahasia pria". Selain sebagai syarat kelulusan, penelitian ini diharapkan akan berguna bagi laki-laki dan perempuan untuk mencapai komunikasi antarpribadi yang efektif pada hubungan yang intim, dengan mengungkapkan "rahasia pria" yang penting diketahui dalam suatu hubungan yang intim, sehingga kesalahpahaman yang melibatkan laki-laki dan perempuan, semaksimal mungkin dapat dihindarkan.

Berkat bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, akhirnya saya dapat menyelesaikan tulisan ini sampai tahap akhir. Untuk itu, penulis ingin menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dra. Askariani Hidayat, MSi, selaku Ketua Jurusan Ekstensi Komunikasi sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah begitu sabar dan perhatian, memberikan segenap pikiran, dukungan, juga motivasi yang begitu besar sehingga, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini hingga tahap terakhir. I didn't make it without you..Terima kasih banyak ya mbak..
2. Donna Asteria, S.Sos., M. Hum, selaku penguji ahli yang telah memberi banyak masukan sehingga makin "memperkaya" penelitian ini.

3. Ibu T. Fatimah Satrijo SH., MSi, yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi ketua sidang penulis.
4. Dra. Melli Badriati selaku sekretaris sidang.
5. Dra Martini B. Mangkoedipoero., Msi, selaku Sekretaris Jurusan Ekstensi Komunikasi, yang begitu teliti dan banyak membantu dalam urusan administrasi selama pra dan pasca sidang.
6. Orangtua tercinta, Papa dan Mama, terima kasih atas segenap ketulusan cinta dan doa yang tiada putusnya. Terima kasih...
7. Alliyah Kaori Putri, "malaikat" kecilku..terima kasih karena selalu memberikan keceriaan saat berada di dekatmu. You are my inspiration only..
8. Teman-teman seperjuangan, yang banyak memberi dukungan moril bagi penulis, khususnya untuk Trina; tetangga yang terbaik, Asti, Reno, Monika, Thanks a lot girls for all of your attention and support, juga buat Mas Hanif..terima kasih ya mas sudah ikut repot menjadwalkan sidang.
9. Teman-teman lainnya yang akan segera menyusul; Sisca, Ida, dan Fitri, tiada kata yang terucap selain: tetap semangat!!
10. Sahabat terdekat, Koos "Panda" Fitriani, Terima kasih ya jeng Pit..You are really my best friend..semoga tetap awet dengan mas Ayank-mu..

Walaupun masih memiliki banyak kekurangan, semoga tulisan ini tetap dapat memberikan kontribusi untuk berbagai pihak.

Penulis

Juli 2004

Universitas Indonesia  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Ekstensi Ilmu Komunikasi  
Program Studi Komunikasi Massa

Yulianti Trinuringtyas  
0901240809

## ABSTRAK

Representasi Efektivitas Komunikasi Antarpribadi pada Hubungan yang Intim  
(Studi Semiotika *Peirce* pada Rubrik *Rahasia Pria* di Majalah *Femina*  
Edisi Februari – Desember 2003)

(i - xix) + 130 hal; 44 buku; 1 majalah; 1 modul penelitian; 2 skripsi; 1 tesis; 2 situs internet; bibliografi (1984-2003)

Secara implisit, konteks budaya mempengaruhi komunikasi. Asumsi ini diperkuat pula oleh beberapa pakar komunikasi yang menyebutkan bahwa budaya dan komunikasi itu memiliki hubungan timbal balik yang tak terpisahkan. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada saat tertentu, komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mewariskan budaya. Komunikasi yang dilakukan individu dengan individu lain dengan latar belakang konteks sosial budaya yang berbeda dalam suatu hubungan antarpribadi mengandung potensi konflik, karena pada hakekatnya, seorang individu ketika membina hubungan membawa serta berbagai pengalamannya dalam wujud kepercayaan, nilai-nilai, keyakinan, pandangan, dan sikap yang dimilikinya. Komunikasi yang tidak efektif dalam suatu hubungan antarpribadi yang intim, sedikit banyak berdampak pada hubungan itu sendiri, yang implikasinya, akan mengancam keberadaan hubungan tersebut atau bahkan menyebabkan terjadinya pemutusan hubungan.

Untuk menciptakan komunikasi antarpribadi yang efektif, dibutuhkan kemauan yang kuat disertai tindakan untuk berusaha memahami karakter, keinginan, pikiran, latar budaya, keyakinan, dan sebagainya pada pasangan masing-masing.

Majalah *Femina*, melalui rubrik *Rahasia Pria*, berupaya mengungkapkan secara gamblang hal-hal yang merupakan "rahasia pria" yang mungkin sebelumnya tidak diketahui oleh pasangan dan tak pernah diutarakan kepada pasangan untuk mengupayakan terciptanya komunikasi antarpribadi yang efektif.

Untuk menyempitkan permasalahan dan memfokuskan penelitian, penulis memutuskan membatasi ruang lingkup penelitian pada hubungan antarpribadi yang intim yaitu yang terdapat pada hubungan pada sepasang kekasih (hubungan pacaran) dan hubungan pada perkawinan; antara suami-istri.

Pertanyaan penelitian ini adalah bagaimanakah sesungguhnya representasi efektivitas komunikasi antarpribadi pada hubungan yang intim yang tersirat dalam rubrik *Rahasia Pria* di majalah *Femina*? Untuk menjawabnya, penulis menggunakan metode semiotika *Peirce*, yaitu meneliti *sign*, *object* dan *interpretant* yang tersirat dalam teks. Unit analisis dari penelitian ini adalah kata, kalimat dari isi rubrik "Rahasia Pria", yang terkait dengan efektivitas komunikasi antarpribadi pada hubungan yang intim.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa apa yang menjadi kebutuhan, tuntutan laki-laki terhadap pasangannya, dan kelemahan yang melekat pada diri laki-laki, yang selama ini tidak diketahui atau tak diungkapkan kepada pasangannya, sangat terkait dengan keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, kesamaan. Hasil penelitian ini lebih jauh juga mengungkapkan bahwa aspek budaya konteks tinggi dan budaya patriarki turut menentukan ketidakterbukaan antara laki-laki dan perempuan pada hubungan yang intim, yang kemudian mempengaruhi efektivitas komunikasi antarpribadi. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah diharapkan para pasangan dapat mengintrospeksi diri agar apa yang diharapkan dan dibutuhkan masing-masing pasangan dapat tercapai.



## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| 1. Lembar Pengesahan.....   | i   |
| 2. Kata Pengantar.....  | ii  |
| 3. Abstrak.....   | iii |
| 4. Daftar Isi.....  | v   |
| 5. Bab I: Pendahuluan.....  | 1   |
| 1.1 Masalah.....  | 1   |
| 1.1.1 Latar Belakang Masalah.....                                   | 1   |
| 1.1.2 Rumusan Masalah.....  | 9   |
| 1.2 Tujuan Penelitian.....  | 11  |
| 1.3 Signifikansi Penelitian.....                                    | 12  |
| 6. Bab II: Kerangka Pemikiran.....                                  | 14  |
| 2.1 Komunikasi Antarpribadi.....                                    | 14  |
| 2.1.1 Definisi.....   | 14  |
| 2.1.2 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi.....                        | 15  |
| 2.1.3 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi<br>yang Efektif.....    | 16  |
| 2.1.4 Hubungan antara Dua Orang dalam Hubungan<br>Antarpribadi..... | 21  |
| 2.1.5 Hubungan yang Intim.....                                      | 23  |
| 2.2 Gender  |     |
| 2.2.1 Perbedaan Seks dan Gender.....                                | 24  |
| 2.2.2 Gender sebagai Konstruksi Sosial Kultural.....                | 27  |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 2.2.3 | Streotype Gender.....                        | 31 |
| 2.3   | Media Massa.....                             | 34 |
| 2.3.1 | Media sebagai Agen Sosialisasi.....          | 34 |
| 2.3.2 | Fungsi Media.....                            | 35 |
| 2.4   | Patrarki.....                                | 38 |
| 2.4.1 | Definisi.....                                | 38 |
| 2.5   | Kajian Komunikasi Antarbudaya.....           | 40 |
| 2.5.1 | Pengertian Komunikasi Antarbudaya.....       | 40 |
| 2.5.2 | Pola Budaya Melalui Pendekatan Teoritis..... | 44 |
| 2.6   | Kerangka Teori.....                          | 53 |
| 2.6.1 | Semiotik sebagai Sebuah Bidang Kajian.....   | 53 |
| 2.6.2 | Macam-macam Teori Semiotika.....             | 57 |
| 2.6.3 | Kajian Semiotika di Media Massa.....         | 62 |
| 7.    | Bab III: Metodologi.....                     | 66 |
| 3.1   | Pendekatan Penelitian.....                   | 66 |
| 3.2   | Sifat Penelitian.....                        | 67 |
| 3.3   | Metode Penelitian.....                       | 67 |
| 3.3.1 | Populasi dan Sampel Penelitian.....          | 69 |
| 3.3.2 | Unit Observasi.....                          | 70 |
| 3.3.3 | Unit Analisis.....                           | 71 |
| 3.3.4 | Operasionalisasi Konsep.....                 | 71 |
| 3.4   | Keterbatasan Penelitian.....                 | 73 |
| 8.    | Bab IV: Profil Media.....                    | 74 |
| 4.1   | Sejarah Femina.....                          | 74 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2 Edisi Perdana Femina.....                     | 77  |
| 4.3 Perkembangan Femina.....                      | 78  |
| 4.4 Femina Sekarang.....                          | 81  |
| 9. Bab V: Hasil Pengamatan dan Analisis.....      | 87  |
| 5.1 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 8.....   | 87  |
| 5.2 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 10.....  | 89  |
| 5.3 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 13.....  | 92  |
| 5.4 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 18.....  | 96  |
| 5.5 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 20.....  | 98  |
| 5.6 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 23.....  | 103 |
| 5.7 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 24.....  | 105 |
| 5.8 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 25.....  | 108 |
| 5.9 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 28.....  | 110 |
| 5.10 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 34..... | 112 |
| 5.11 Rubrik <i>Rahasia Pria</i> edisi no. 38..... | 114 |
| 6. Bab VI: Interpretasi Data.....                 | 118 |
| 7. Bab VII: Kesimpulan.....                       | 124 |
| 8. Daftar Pustaka.....                            | 126 |
| 9. Lampiran.....                                  | 130 |



Kupersembahkan 'tuk :

Orang-orang tercinta yang selalu berada di sisiku ,

Papa dan Mama ; yang memberikan arti cinta sesungguhnya ...

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 MASALAH

#### 1.1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut penelitian, kita menghabiskan 70% dari waktu kita saat berkomunikasi.<sup>1</sup> Dalam hidupnya, manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Apapun pekerjaan kita dan dimana pun kita tinggal, kita selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain. Jadi, bukan hanya dosen, politisi, pengacara, penjual atau pendakwah yang harus terampil berkomunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari pun, banyak kegagalan dalam pekerjaan atau karier disebabkan kegagalan berkomunikasi. Misalnya, seorang manajer dipecat dari jabatannya karena ia gagal berkomunikasi dengan bawahan.

Para pakar komunikasi mendefinisikan komunikasi sebagai proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan. Berdasarkan pandangan ini maka orang-orang yang berkomunikasi dianggap sebagai komunikator yang secara aktif mengirimkan dan menafsirkan

---

<sup>1</sup> Marilyn A. Sachs, "Male/Female Communication Style <http://ohioline.osu.edu/hyg-act/5000/5280.html>.

pesan. Setiap saat pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, bertukar pesan verbal dan pesan nonverbal.<sup>2</sup>

*Gordon I. Zimmerman et al.* merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.<sup>3</sup>

Karena salah satu kebutuhan manusia secara rohaniah adalah kebutuhan akan hubungan sosial maka, *Rudolph F. Verderber* mengemukakan bahwa komunikasi memiliki fungsi yang berkaitan dengan kebutuhan tersebut yaitu fungsi sosial, di mana lewat komunikasi, seseorang membangun dan membina hubungan dengan individu lain.<sup>4</sup>

Adanya interaksi sosial berarti manusia berusaha membangun hubungan dengan manusia lainnya, dengan berbagai cara. Dalam hal ini berarti manusia melakukan komunikasi dengan manusia lainnya. Ada banyak cara yang bisa dilakukan manusia untuk berkomunikasi, baik dalam bentuk komunikasi yang sifatnya luas (komunikasi massa), kelompok, atau dalam bentuk komunikasi antarpribadi, seperti komunikasi antara dua orang (*dyadic communication*), maupun

---

<sup>2</sup> Deddy Mulyana, "Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar", (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung), 2002, hlm. 68-69

<sup>3</sup> Deddy Mulyana, *op.cit.*, hlm.4

<sup>4</sup> *ibid*

komunikasi yang dilakukan terhadap diri sendiri (komunikasi intrapersonal), yang kesemuanya itu dapat dilakukan dengan cara verbal maupun non-verbal.

Setiap manusia pada fenomena keseharian seringkali melakukan komunikasi antarpribadi. Sebagai tingkatan penting dalam komunikasi manusia, komunikasi antarpribadi merupakan relasi individual dengan orang lain dalam konteks sosialnya. Melalui proses ini, individu menyesuaikan dirinya dengan orang lain dengan mempertukarkan pesan, dengan kata lain, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses interaksi dan pembagian makna yang terkandung dalam gagasan maupun perasaan.

Seperti yang telah disinggung di atas bahwa salah satu bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*), yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, sepasang kekasih, sepasang sahabat dekat, serta melibatkan pikiran, perasaan, persepsi, reaksi, dan harapan. Ini berarti, komunikasi diadik dapat ditemukan salah satunya dalam hubungan yang bersifat intim, khususnya pada pasangan; antara laki-laki dan perempuan.

Hubungan yang bersifat intim yang dimaksud adalah hubungan antara dua individu yaitu antara laki-laki dan perempuan yang ditandai dengan adanya kedekatan, hasrat dan komitmen.<sup>5</sup> Selain itu, disertai pula dengan adanya keterbukaan di mana masing-masing pihak dalam

---

<sup>5</sup> EM Griffin, "A First Look At Communication Theory", Fifth Edition (McGraw-Hill: New York), 2003, p. 128-129

hubungan tersebut memberikan informasi penting yang berkaitan dengan dirinya dan saling responsif terhadap kebutuhan satu sama lain.<sup>6</sup> Dengan demikian, merupakan hubungan yang jauh lebih dekat dibandingkan dengan hubungan persahabatan.

Seseorang yang terlibat dalam hubungan yang intim berarti membutuhkan pengalaman untuk dimengerti dan dinilai positif oleh orang lain yang menjadi pasangannya. Keintiman (*intimacy*) dalam suatu hubungan interpersonal ditandai pula dengan adanya kedalaman emosional antara individu; dalam hal ini antara laki-laki dan perempuan pasangannya dalam hubungan tersebut.<sup>7</sup>

Namun perlu diingat bahwa laki-laki dan perempuan ibarat dua kutub yang berlainan. Masing-masing memiliki karakteristik yang membedakan di antara keduanya. Karakteristik yang kompleks antara laki-laki dan perempuan, dapat dilihat dari perbedaan fisik yang melekat pada diri laki-laki dan perempuan, yang menyebabkan perbedaan dalam berperilaku. Perbedaan fisik misalnya, pada otak kanan anak laki-laki lebih cepat berkembang daripada anak perempuan, sedangkan otak kiri anak perempuan berkembang lebih cepat dibandingkan anak laki-laki. Akibatnya, anak perempuan akan lebih cepat bisa membaca dan berbicara daripada anak laki-laki. Sementara

---

<sup>6</sup> D.E Papalia et al., "Human Development", 8<sup>th</sup> ed., (New York: McGraw- Hill Inc), 2001

<sup>7</sup> B. Aubrey Fisher, Katherine L. Adams, " Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Relationships, 2<sup>nd</sup> ed., (Singapore: McGraw- Hill, Inc), 1994, p. 393

perempuan, sedangkan otak kiri anak perempuan berkembang lebih cepat dibandingkan anak laki-laki. Akibatnya, anak perempuan akan lebih cepat bisa membaca dan berbicara daripada anak laki-laki. Sementara anak laki-laki, memiliki kemampuan spasial, logika, dan perseptual yang lebih baik dibandingkan perempuan.<sup>8</sup>

Lebih jauh menurut pandangan *Deborah Tannen*, berbicara dengan lawan jenis bagaikan berbicara dengan seseorang yang berasal dari "dunia lain". Pengalaman yang berbeda sebagai anak-anak menyebabkan laki-laki dan perempuan menjadi terbiasa dengan dua cara yang berbeda dalam menunjukkan diri mereka.<sup>9</sup> Seperti misalnya, laki-laki cenderung dilarang untuk menunjukkan emosinya, sedangkan jika perempuan menampakkan emosinya, maka lebih dianggap wajar.<sup>10</sup>

Budaya pun menetapkan dan sekaligus mensosialisasikan nilai-nilai tertentu yang ditujukan untuk kelompok tertentu, yang kemudian berdampak pada perilaku komunikasi dalam suatu hubungan antarpribadi seperti perempuan tidak diajarkan bagaimana mencurahkan perasaan-perasaan mereka dengan cara yang tidak membuat laki-laki bersikap defensif, bagaimana meminta dukungan

---

<sup>8</sup> *Allan dan Barbara Pease, "Why Men Don't Listen and Women Can't Read Maps, (Sidney: Pease Training International), 1999, p. 56. Lihat juga Anne E. Beall, Robert J. Sternberg, "The Psychology of Gender", (New York: Guilford Press), 1993, p. 150-151*

<sup>9</sup> *Deborah Tannen, "Bukan Itu Maksudku: Seni Berbicara antara Wanita dan Pria di Tempat Kerja", penerjemah: Eva Yulia Nukman, (Qanita: Bandung), 2002, hlm. 17-18*

<sup>10</sup> *T.P Gullota, G.R Adams, "Today's Marriages and Families", (California: Brooks/Cole Publishing), p. 49*

secara tepat agar laki-laki dapat memberikan tanggapan yang menguntungkan, dan sebagainya.<sup>11</sup>

Secara implisit, konteks budaya mempengaruhi komunikasi. Para ilmuwan sosial mengakui bahwa, budaya dan komunikasi itu memiliki hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang.<sup>12</sup>

Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya, komunikasi pun turut menentukan, memelihara serta mewariskan budaya.

Implikasinya, seorang individu ketika mengadakan hubungan langsung atau tatap muka membawa serta berbagai pengalamannya dalam wujud kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai, dan sikap yang dimilikinya. Akibatnya, penerimaan dan pemaknaan terhadap pesan, seringkali mengalami tanggapan berbeda. Ini mungkin saja terjadi, karena masing-masing pelaku komunikasi berasal dari latar yang berbeda sehingga memiliki sudut pandang yang berlainan pula dan memberikan makna tersendiri, yang belum tentu sama satu dengan lain.<sup>13</sup> Adanya perbedaan konteks budaya ini memberi kemungkinan akan adanya perbedaan perilaku tertentu dalam kedua jenis masyarakat tersebut. Dengan demikian, kultur yang berlainan,

---

<sup>11</sup> John Gray, "Mars dan Venus Bersatu Selamanya: Ketrampilan-Ketrampilan Berhubungan Untuk Membina Cinta Abadi", penerjemah: T. Hurmaya, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 1997, hlm. 4-5

<sup>12</sup> Deddy Mulyana, *op.cit.*, hlm. 6

<sup>13</sup> Dyah Chitraria Liestyati, Thesis: "Kompetensi Komunikasi Antarpribadi Terhadap Akulturasi Kebudayaan: Sekilas Tinjauan Pola Interaksi Pramuwisata Indonesia dengan Wisatawan Jepang, Jakarta, 1997, hlm. 6-7

seringkali menyebabkan terjadinya kesalahpahaman daripada saling pengertian.

Laki-laki oleh budaya diajarkan untuk menahan pengungkapan perasaan mereka, sehingga muncul stereotipe laki-laki sebagai makhluk yang tegar, pakar dalam mengendalikan emosi, dan ahli dalam menahan perasaan. Sehubungan dengan karakteristik budaya secara umum pada masyarakat, laki-laki sebagaimana yang disebutkan di atas, sama persis dengan tipikal konteks budaya tinggi atau *High Context Culture* (HCC), yang umumnya dianut oleh masyarakat Timur seperti Indonesia; yang berkomunikasi atau mengungkapkan pesan secara tersamar, atau lebih menekankan pada penggunaan nonverbal.<sup>14</sup>

Orang Amerika dan masyarakat dunia Barat umumnya menganut konteks budaya rendah (*Low Context Culture*). Sementara masyarakat Timur, seperti Cina, Jepang, Korea), cenderung berada dalam konteks budaya tinggi (*High Context Culture*),<sup>15</sup> termasuk masyarakat Indonesia, yang jika dilihat dari karakteristik budaya dan kondisi geografis merupakan bagian dari masyarakat dunia Timur.

Pesan yang diungkapkan, baik oleh perempuan maupun laki-laki secara tersamar kadangkala justru menjadi faktor penghambat

---

<sup>14</sup> Joseph A. Devito, "Culture in Interpersonal Communication", dalam "The Interpersonal Communication Book" (New York: Longman), 2001, p. 45-46

<sup>15</sup> William Gudykunst, "Intercultural Communication Theory: Current Perspectives", (Beverly Hills, CA: Sage), 1984, p. 25-29

dalam membangun hubungan antarpribadi dengan pasangan masing-masing. Ketidakefektifan komunikasi antarpribadi; antara perempuan dan laki-laki, terjadi karena perasaan-perasaan yang seharusnya bisa diungkapkan secara terbuka, pada budaya HCC perasaan tersebut justru sengaja disembunyikan. Dalam budaya HCC, sikap terbuka; bicara apa adanya, cenderung dihindari karena diyakini dapat menghadirkan konflik dengan pasangannya.

Setiap hubungan yang terjadi di antara manusia, bukan tidak mungkin mengandung potensi konflik, tak terkecuali dalam hubungan antara laki-laki dan perempuan yang bersifat intim. Karena konteks budaya disertai perbedaan fisik pada laki-laki dan perempuan, menjadikan segala karakter dan perilaku, kebutuhan, pemikiran antara laki-laki dan perempuan secara umum berbeda, maka, potensi terjadinya konflik di antara pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut cukup besar. Apalagi jika antara laki-laki dan perempuan dalam hubungan yang intim tersebut sesungguhnya tidak menyadari hal-hal yang tak disukai oleh pasangan, dan sebagainya, karena memang tidak pernah diungkapkan terhadap pasangan. Atau, jika diutarakan pun, dalam bentuk tersamar, tidak secara eksplisit dibicarakan, sehingga implikasinya, konflik pada pasangan tersebut selalu muncul karena masing-masing pihak tidak memahami secara mendalam dan secara utuh tentang diri pasangannya.

### 1.1.2 Rumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, isi majalah mengalami perubahan. Artinya, tidak hanya memperlihatkan hal-hal yang bersifat umum atau politik, tapi juga memuat hal-hal yang lebih spesifik. Perubahan ini terjadi karena media cetak khususnya majalah ternyata ingin memanfaatkan potensi pasar yang lebih spesifik pula seperti segmen perempuan, kesehatan, hobi, anak, komputer, serta interior dan properti.

Di Indonesia, perkembangan media cetak tahun ini memperlihatkan kecenderungan segmentasi pasar yang lebih spesifik, dan dari sejumlah media yang terbit ternyata sebagian besar media yang hadir pada tahun 2003 adalah media yang membidik **segmen perempuan dan berbentuk majalah**.<sup>16</sup>

Dalam lima besar majalah perempuan terkemuka menurut AC Nielsen (the big five women magazine)<sup>17</sup>, sering kita temukan rubrik-rubrik yang membahas tentang hubungan interpersonal yang bersifat intim; antara laki-laki dan perempuan. Namun, tidak banyak majalah perempuan yang secara intens mengungkapkan secara gamblang dan rutin mengenai hal-hal yang merupakan "rahasia pria" dalam setiap edisinya.

---

<sup>16</sup> "Musim Tumbuh Media Cetak", dalam Majalah Cakram, Edisi Khusus no.03/2003, hlm. 11

<sup>17</sup> ibid

*Femina* sebagai pelopor majalah wanita modern yang bagian redaksinya mayoritas perempuan (termasuk pemimpin redaksi), menyajikan rubrik-rubrik berupa artikel-artikel, yang bukan saja ditujukan untuk perempuan di wilayah domestik, namun juga untuk perempuan yang berkecimpung di wilayah publik.

Dalam perkembangan selanjutnya, seiring dengan era globalisasi, majalah *Femina* kemudian memuat informasi-informasi yang tidak hanya berkaitan dengan dunia perempuan. Ini dibuktikan dengan adanya rubrik baru, ***Rahasia Pria***, yang muncul pada pertengahan bulan Februari 2003, yang merupakan edisi no. 8, yaitu yang terbit pada tanggal 20-26 Februari 2003. Rubrik ini terlihat berbeda, sangat *eye catching* karena isinya yang memberi porsi lebih untuk hal-hal yang berhubungan dengan seputar dunia laki-laki. Apa yang menjadi "rahasia pria" dan selama ini tidak pernah terungkap karena tak diutarakan, ditulis secara gamblang dalam rubrik tersebut.

Munculnya rubrik "Rahasia Pria" di majalah *Femina*, mengindikasikan bahwa tampaknya *Femina* berupaya memberikan informasi-informasi yang berguna dan menguntungkan individu dalam membina hubungan dengan pasangan, khususnya bermanfaat bagi perempuan, dengan memaparkan tentang segala yang merupakan "rahasia pria", baik pikiran, perasaan, dan reaksi. Adanya rubrik ini, menyiratkan pula bahwa *Femina* mencoba

memberikan solusi bagi hambatan-hambatan yang mungkin muncul dalam interaksi komunikasi antarpribadi; antara perempuan dengan laki-laki dalam suatu hubungan yang intim. Dengan kata lain, *Femina* berupaya konsisten mengungkapkan “rahasia pria” sehingga, perempuan yang menjadi pasangannya, menjadi tahu sesuatu yang tak diketahuinya karena tidak diutarakan oleh laki-laki. Dengan dipaparkannya “rahasia pria”, terutama yang berkaitan dengan hubungannya dengan pasangan, diharapkan dapat memperbaiki hubungan antarpribadi, khususnya yang bersifat intim, seperti pada hubungan pacaran dan hubungan antara suami-istri.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

“Bagaimana representasi efektivitas komunikasi antarpribadi pada hubungan yang intim, yang tersirat dari rubrik “Rahasia Pria” di majalah *Femina*?”

## 2.2 TUJUAN PENELITIAN

1. Mengungkapkan tanda-tanda yang merupakan “rahasia pria” melalui metode semiotika sebagaimana yang digambarkan pada rubrik *Rahasia Pria* periode bulan Februari 2003 sampai bulan Desember 2003, sehingga mendapatkan suatu pemahaman baru tentang “rahasia pria” yang perlu diketahui oleh pasangan dalam suatu hubungan yang intim.

2. Mengkaitkan hasil temuan pada rubrik “Rahasia Pria” tersebut dengan aspek budaya, yang melingkupi hubungan antarpribadi pada pasangan yang memiliki hubungan intim, untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif terhadap pentingnya rubrik *Rahasia Pria* diangkat sebagai tema penelitian.

### 1.3 SIGNIFIKANSI PENELITIAN

#### 1. Signifikansi Akademik

Memberikan sumbangan pemikiran khususnya dalam upaya menelaah isi rubrik *Rahasia Pria*, bahwa selain menggunakan Semiotika sebagai metode analisis, kajian Komunikasi Antarbudaya diperlukan pula sebagai pelengkap analisis pengkajian teks yang dilakukan sebelumnya sehingga diharapkan akan dapat “memperkaya” penelitian ini.

#### 2. Signifikansi Sosial

1. Memudahkan perempuan dan laki-laki, terutama yang berada pada budaya *High Context Culture* untuk memahami dan beradaptasi dengan pasangan masing-masing, meningkatkan kualitas relasi antarpribadi.
2. Mendorong perubahan hubungan antara laki-laki dan perempuan yang bersifat asimetris, bahwa di balik citra positif yang melekat

pada diri laki-laki seperti kuat, rasional, independen, terdapat “rahasia pria” yang tersembunyi di balik nilai-nilai superior laki-laki.

3. Dengan mengetahui dan memahami “rahasia pria” yang terkait dengan kualitas komunikasi dalam hubungan antarpribadi, penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan komunikasi yang lebih efektif antara laki-laki dan perempuan, dalam suatu hubungan antarpribadi yang intim.

### 3. Signifikansi Praktis

Memberi bahan masukan bagi media massa agar tidak sepenuhnya mengumbar sensasi dan mementingkan segi bisnis semata. Secara khusus untuk media cetak, agar senantiasa menampilkan suatu tulisan, yang dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

##### 2.1.1 Definisi

Setiap manusia pada fenomena keseharian seringkali melakukan komunikasi antarpribadi. Sebagai tingkatan yang penting dalam komunikasi manusia, komunikasi antarpribadi merupakan relasi individual dengan orang lain. Melalui proses ini individu menyesuaikan dirinya dengan orang lain dengan mempertukarkan pesan, atau dengan kata lain, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses interaksi dan pembagian makna yang terkandung dalam gagasan-gagasan maupun perasaan.

Pengertian komunikasi antarpribadi atau yang dikenal dengan istilah *interpersonal communication* tidak lain merupakan suatu proses pertukaran makna; penyampaian dan penerimaan pesan secara timbal balik antara orang-orang yang saling berinteraksi.<sup>18</sup>

Mengacu pada definisi di atas, maka komunikasi antarpribadi bersifat transaksional. Istilah transaksi mengisyaratkan bahwa pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam keadaan interdependensi atau timbal balik. Dalam pendekatan transaksi, semua unsur dalam proses komunikasi saling berhubungan. Persepsi seorang peserta komunikasi

---

<sup>18</sup> Brent D. Ruben, "Communication and Human Behavior", third edition, (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall), 1992, p. 322-325

atas orang lain, bergantung pada persepsi orang lain tersebut terhadapnya. Singkatnya, menurut berdasarkan pemahaman tersebut di atas, *William I. Gordon* mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan.<sup>19</sup>

Definisi lainnya menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi, bersifat mutual; membagi bersama pesan verbal dan nonverbal dengan individu lain, yang bertujuan untuk menciptakan dan memperoleh pemikiran yang sama dalam benak kedua orang tersebut.<sup>20</sup>

### 2.1.2 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi

Berdasarkan definisi di atas mengenai komunikasi antarpribadi maka, terdapat ciri-ciri tertentu yang melekat pada komunikasi antarpribadi. Berikut ini beberapa pakar komunikasi, diantaranya *Reardon*, mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi memiliki ciri-ciri yakni:<sup>21</sup>

1. Melibatkan komunikasi verbal maupun nonverbal
2. Tidak bersifat statis atau dinamis
3. Terdapat *personal feedback*, dan interaksi
4. Melibatkan peraturan intrinsik dan ekstrinsik
5. Merupakan sebuah aktivitas

<sup>19</sup> Deddy Mulyana, *op.cit.*, hlm. 68-69

<sup>20</sup> Griffin, *op.cit.*, p. 53

<sup>21</sup> Kathleen Reardon, *Interpersonal Communication: Where Minds Meet*, (Belmont, California: Wadsworth Publishing), 1987, p. 10

## 6. Melibatkan persuasi

*Everett M. Rogers* menyebutkan pula beberapa ciri komunikasi antarpribadi, yaitu:<sup>22</sup>

1. Arus pesan cenderung dua arah
2. Konteks komunikasi adalah tatap muka
3. Tingkat umpan balik yang tinggi
4. Kemampuan selektivitas sangat tinggi
5. Efek yang terjadi antara lain perubahan sikap.

### 2.1.3 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi yang Efektif

Dalam mewujudkan komunikasi antarpribadi yang efektif, secara umum dilihat dari lima kualitas berikut ini:<sup>23</sup>

#### 1. Keterbukaan atau *openness*

Keterbukaan dalam komunikasi antarpribadi setidaknya memiliki tiga aspek utama. **Pertama**, merujuk pada keberanian untuk melakukan pengungkapan diri atau *self disclosure* sehingga, informasi pribadi tentang diri seseorang dapat diketahui yang sebelumnya informasi tersebut disembunyikan. Keterbukaan mengenai hal-hal yang bersifat personal, privat di antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut bersifat bilateral dan resiprokal. Maksudnya, keterbukaan

---

<sup>22</sup> Rosy Tri Pagiwati, "Skripsi Teori Self Disclosure dalam Komunikasi Antarpribadi (Suatu Studi Terhadap Mahasiswa Mengenai Kecenderungan Perilaku Pengungkapan Diri)", Depok, 1995, hlm 22-23

<sup>23</sup> Devito, *op.cit.*, p. 137-143

seseorang menjadi stimulus bagi orang lain untuk menyingkapkan diri juga. **Kedua**, keterbukaan merujuk pada reaksi jujur; apa adanya, tanpa maksud-maksud tertentu, terhadap informasi yang dipertukarkan. **Ketiga**, keterbukaan merujuk pada pengungkapan secara terbuka tentang pemikiran dan perasaan sendiri. Dengan demikian, dalam komunikasi antarpribadi, keterbukaan laki-laki terhadap perempuan pasangannya mengenai hal-hal yang sifatnya personal pada diri mereka atau keterbukaan yang berkenaan dengan “rahasia pria”, baik pola pikirnya, sikapnya, dan keyakinannya. Dengan keterbukaan tersebut, seseorang akan mendapatkan pemahaman yang cukup tentang diri pasangannya. Dalam hal ini, perempuan dalam suatu hubungan yang intim akan mendapatkan pengetahuan mengenai diri laki-laki pasangannya sehingga dapat menempatkan diri dan paham bagaimana harus bersikap di hadapan pasangannya.

*Self disclosure* memiliki berbagai fungsi yang menunjukkan bahwa *self disclosure* memiliki peranan bagi terciptanya komunikasi antarpribadi yang efektif. Kegunaan *self disclosure*<sup>24</sup> antara lain dapat **memberi pengetahuan dan pengertian tentang diri sendiri**. Dengan penyingkapan diri, kita dapat memperoleh perspektif baru tentang diri kita dan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku kita sendiri. Fungsi lainnya adalah sebagai **pelepasan**

---

<sup>24</sup> Devito, *op.cit.*, p. 71-72

**energi**, karena menyimpan rahasia dan tidak mengungkapkannya pada orang lain akan menghabiskan banyak energi secara percuma. Intinya, dengan *self disclosure*, secara tidak langsung kita **menyatakan pada orang lain bahwa kita mempercayai, menghormati, menaruh perhatian pada dirinya, dan pada hubungan yang dijalin dengannya.** Paling tidak, hal tersebut merupakan **awal dari hubungan yang berarti, yaitu suatu hubungan yang jujur, terbuka, dan lebih mendalam.**

Namun adakalanya manusia sebagai makhluk sosial yang hidup di tengah-tengah masyarakat, menghindari *self disclosure* atau ragu-ragu bersikap terbuka, karena khawatir tidak relevan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat tertentu.<sup>25</sup> Misalnya, jika seorang laki-laki hidup di masyarakat yang selalu mengagung-agungkan keperkasaan laki-laki, dan selalu menggambarkan laki-laki sebagai makhluk yang perkasa, tegar, dan sangat mandiri, maka ia akan cenderung menghindari *self disclosure* yang dapat menunjukkan sisi lemah dari dirinya.

Penghindaran terhadap *self disclosure* oleh laki-laki dan perempuan adalah karena serangkaian alasan berikut ini:<sup>26</sup>

| Alasan Laki-laki Menghindari <i>Self Disclosure</i> | Alasan Perempuan Menghindari <i>Self Disclosure</i> |
|---|---|
| Memberikan image yang sebenarnya tidak diinginkan   | Memberikan image yang sesungguhnya tidak diinginkan |

<sup>25</sup> A. Supratiknya, "Komunikasi Antarpribadi: Tinjauan Psikologis, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius), 1995, hlm. 53

<sup>26</sup> Devito, *op.cit.*, p. 70

|  |  |
|--|--|
| Memberikan informasi yang ternyata membuat laki-laki terlihat tidak konsisten                                  | Memberikan informasi yang mungkin akan digunakan oleh laki-laki pasangannya untuk "melawan"nya di masa mendatang |
| Takut kehilangan kontrol pada orang lain   | <i>Self disclosure</i> menyiratkan tanda adanya gangguan emosional   |
| <i>Self disclosure</i> mungkin akan mengancam hubungan yang dimiliki dengan orang lain, daripada semakin dekat | <i>Self disclosure</i> mungkin malah akan menghancurkan hubungan yang dimiliki                                   |

## 2. Empati atau *emphaty*

Bersikap empati berarti merasakan hal yang sama dengan yang dirasakan oleh orang lain, untuk merasakan pengalaman yang dialami oleh orang lain, berdasarkan sudut pandang dari orang lain tersebut. Misalnya dengan cara: kita memainkan peranan dari orang lain dalam pikiran kita sehingga, sedikit banyak membantu kita untuk melihat "dunia lain" dari orang lain itu. Empati dalam suatu hubungan dapat terwujud dengan saling memahami dan belajar sebanyak mungkin mengenai kesukaan, pengalaman, kemampuan, dan ketakutan, dari orang lain. Salah satu yang harus dihindari dalam empati adalah perilaku yang identik dengan mengevaluasi, menginterpretasi, dan kritis terhadap perilaku orang lain, sedangkan yang merupakan fokus utama dalam empati adalah memahami.

Namun di sisi lain, empati yang terlalu berlebihan terhadap orang atau kelompok yang memiliki kesamaan secara etnis, akan mengurangi sikap empati terhadap anggota dari kelompok lain.

Bersikap empati dalam suatu hubungan antarpribadi pada pasangan intim, salah satunya adalah perempuan belajar, berusaha mencari

tahu sebanyak mungkin mengenai “rahasia pria” pada pasangannya, sekaligus memahaminya dengan bersikap empati sehingga, kemungkinan besar konflik antara laki-laki dan perempuan pada hubungan yang intim tersebut dapat dihindarkan.

### **3. Dukungan atau *supportiveness***

Dukungan dibentuk dengan sikap deskriptif terhadap sesuatu, bukan dengan sikap yang serba mengevaluasi. Komunikasi antarpribadi yang bersifat deskriptif, tidak akan menimbulkan rasa takut pada individu lain. Sedangkan evaluasi dan kritikan, hanya akan membuat orang lain mundur atau bersikap defensif.

### **4. Sikap positif atau *positiveness***

Untuk mewujudkan komunikasi yang efektif dalam hubungan interpersonal, dibutuhkan sikap yang positif dan pemahaman yang mendalam tentang mitra komunikasi kita, termasuk tentang budaya orang lain tersebut. Sikap positif dalam komunikasi antarpribadi meliputi berpikir positif dan memberi penilaian yang positif terhadap perilaku orang lain. Dalam suatu hubungan yang intim sikap positif terhadap konteks budaya yang dianut oleh pasangan, termasuk memahami perbedaan, kebiasaan, kelemahan, dan nilai-nilai dari suatu budaya, merupakan hal amat penting bagi keefektifan komunikasi antarpribadi serta kelangsungan hubungan tersebut, mengingat karakteristik antara konteks budaya yang satu berbeda dengan budaya lainnya.

## 5. *Equality* atau kesamaan

Komunikasi yang lebih efektif dalam suatu hubungan antarpribadi dapat terwujud apabila terdapat kesamaan “atmosfer” antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Namun perlu diingat bahwa masing-masing orang memiliki karakteristik sendiri. Tidak ada orang yang secara mutlak memiliki kesamaan atau setara dalam semua aspek. Perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam suatu hubungan yang intim bukan mustahil akan membuat pecahnya konflik pada pasangan tersebut. Tapi dengan berusaha saling belajar dan kemudian saling memahami karakteristik yang melekat pada pasangan maka, perbedaan dalam hubungan yang intim tersebut tidak akan menjadi penghalang yang berarti.

### 2.1.4 Hubungan antara Dua Orang (*Dyadic Relationship*) dalam Hubungan Interpersonal

Mayoritas hubungan yang banyak ditemukan adalah hubungan antara dua orang atau *dyadic relationship*. *William Wilmot* menyebutkan beberapa karakteristik hubungan diadik, yaitu.<sup>27</sup>

1. Setiap hubungan diadik, memiliki batasan tertentu yang berlainan. Masing-masing hubungan diadik memiliki perbedaan tersendiri. Hubungan diadik antara guru dengan murid, tentu saja berbeda dengan hubungan diadik antara suami dan istri.

---

<sup>27</sup> *Ruben, op.cit., p. 325-326*

2. Pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan diadik memainkan peranan yang relevan dengan kapasitasnya dalam hubungan tersebut. Seseorang di satu sisi berperan sebagai mahasiswa dalam hubungan diadik guru-mahasiswa, dan di kesempatan yang lain, orang yang sama tersebut menjadi seorang suami dalam hubungan diadik suami-istri.
3. Dalam suatu hubungan diadik, terdapat bentuk bahasa dan komunikasi yang unik, yang membedakan dengan hubungan diadik yang lainnya. Bahasa tertentu yang digunakan dalam hubungan diadik dengan sahabat akan berbeda dengan bahasa dan komunikasi dalam hubungan diadik sepasang kekasih.

Hubungan diadik dibentuk, dipertahankan, dan diakhiri menurut perkiraan *reward* dan *cost*. Artinya, setiap hasil dari interaksi itu membawa *reward* dan setiap *reward* yang diberikan itu membawa nilai *cost*. Jika komunikasi tidak membawa *reward* maka, biasanya orang cenderung memutuskan komunikasi, jadi disini berlaku prinsip *take and give*. Apabila seseorang merasakan bahwa sebuah hubungan yang diharapkan tidak memberikan suatu penghargaan, ia mungkin akan mencari cara untuk memutuskan hubungan tersebut.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Pagiwati, *op.cit.*, hlm 19-20

### 2.1.5 Hubungan yang Intim

Hubungan yang intim adalah hubungan antara dua individu yang memiliki kebebasan dalam mengekspresikan tingkah laku dan perasaan secara terbuka, keinginan untuk saling memberi dan menerima dukungan, kepercayaan satu sama lain, kontak fisik, dan perasaan nyaman satu sama lain.<sup>29</sup> Selain itu, hubungan yang intim berarti terdapat interaksi intim yang bisa terjadi berulang.

Menurut *Prager*, interaksi intim meliputi dua komponen, yaitu tingkah laku intim (*intimate behavior*) dan pengalaman intim (*intimate experiences*). Tingkah laku intim dapat berupa tingkah laku verbal maupun nonverbal. Tingkah laku intim secara verbal, misalnya keterbukaan dalam keyakinan, pendapat, fakta-fakta pribadi, maupun ekspresi perasaan yang dialami. Sedangkan tingkah laku intim secara nonverbal antara lain meliputi sentuhan kasih sayang, termasuk melakukan hubungan seksual. Selanjutnya, pengalaman intim mencakup persepsi pemahaman dan peranan yang positif antara satu individu dengan individu lain, yang terlibat dalam hubungan intim.<sup>30</sup> Dengan demikian, interaksi intim dapat diartikan sebagai sepasang individu yang mampu untuk saling berbagi dalam hal-hal yang bersifat pribadi dan memiliki perasaan positif, serta adanya pemahaman yang cukup baik satu dengan yang lain.

---

<sup>29</sup> K.J. Prager, *"The Psychology of Intimacy"*, (New York: Guilford Press), 1995, p. 87

<sup>30</sup> *ibid*, p. 89

Lebih jauh, pada hubungan yang intim, tingkat kedalaman informasi yang dipertukarkan adalah relatif tinggi. Kedalaman informasi yang dikomunikasikan meliputi pesan-pesan yang sifatnya pribadi.<sup>31</sup>

Mengacu penjelasan di atas, maka penulis memberi batasan bahwa, hubungan pacaran dan hubungan pernikahan termasuk dalam ruang lingkup hubungan yang intim pada penelitian ini. Karena karakteristik dari hubungan antarpribadi yang intim terdapat keintiman yang ditandai dengan adanya pertukaran informasi yang bersifat pribadi, dan terdapat tingkah laku intim antar individu, maka hubungan pacaran dan pernikahan dimungkinkan merupakan bagian dari hubungan yang intim.

## **2.2 GENDER**

### **2.2.1 Perbedaan Seks dan Gender**

Jenis kelamin sebagai fakta biologis seringkali dicampuradukkan dengan gender yang notabene merupakan fakta sosial dan budaya. Bila jenis kelamin atau seks dalam ilmu-ilmu sosial adalah suatu kategori biologis, yang melekat pada perempuan atau laki-laki, menyangkut hitungan kromosom, pola genetik, dan struktur genital.<sup>32</sup> Secara

---

<sup>31</sup> Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss, "Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar" terj., pengantar: Deddy Mulyana (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 1996, hlm. 201

<sup>32</sup> Saporinah Sadli dan Soemarti Patmonodewo, "Identitas Gender dan Peranan Gender", dalam "Kajian Wanita dalam Pembangunan", Penyunting: TO Ihromi (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia), 1995, hlm. 69-70

permanen tidak berubah dan merupakan ketentuan biologi atau ketentuan Tuhan (kodrat).<sup>32</sup>

Bayi yang dilahirkan sebagai laki-laki atau perempuan, memiliki perbedaan pada perkembangan otak mereka masing-masing dengan kecepatan yang berbeda pula. Diketahui kemudian, otak perempuan relatif lebih kecil daripada otak laki-laki, namun hal ini tidak berpengaruh pada daya kerja otak.

*McKeever dan Shucard* memaparkan bagaimana perbedaan kognitif antara laki-laki dan perempuan mempengaruhi bahasa. Secara kontras ditemukan dalam organisasi otak sampai perbedaan perkembangan belahan otak menunjukkan perempuan lebih superior dibandingkan laki-laki dalam aspek kemampuan bahasa dan laki-laki lebih superior dari perempuan dalam hal kemampuan visual dan spasial.<sup>33</sup>

Sementara itu, konsep gender adalah pembagian lelaki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural.<sup>34</sup> Gender adalah merupakan suatu identitas gramatikal yang berfungsi mengklasifikasikan sesuatu pada kelompok-kelompoknya.<sup>35</sup> Identitas

---

<sup>32</sup> Mansoer Fakhri, "Diskriminasi dan Beban Kerja perempuan: Perspektif Gender", dalam "Wacana Perempuan dalam Keindonesiaan dan Kemodernan", Editor: Dr. Hj. Bainar (Jakarta: PT. Pustaka CIDESINDO), 1998, hlm.24

<sup>33</sup> Douglas A. Thompson, "Female Discourse Patterns", diakses dari <http://www.survey.ac.uk/ELI/thompsond.pdf>

<sup>34</sup> Fakhri, *op.cit.*, hlm. 25

<sup>35</sup> *Gender is grammatical classification of objects roughly corresponding to the two sexes and sexlessness, property of belonging to such a class (Oxford Dictionary)*, Siti Ruhaini

kelompok perempuan atau laki-laki seringkali dirumuskan dengan “*feminine*” dan “*masculine*”. Polaritas yang muncul sangat mendasar dalam konstruksi gender karena masing-masing gender dikonstruksi sebagai lawan dari yang lain. *Simone de Beauvoir* yang pertama kali mendeskripsikan perempuan sebagai *Other* atau perempuan adalah makhluk bukan laki-laki. Konsep ini mendasari kategori karakteristik yang berlawanan, yang menjadi label feminin dan maskulin.<sup>37</sup>

Istilah *Feminitas* dan *Maskulinitas* yang berkaitan dengan istilah gender, berkaitan dengan sejumlah karakteristik psikologis dan perilaku yang secara kompleks dipelajari oleh seseorang melalui pengalaman sosialisasinya<sup>38</sup>, sedangkan apa yang dianggap feminin atau maskulin, tidak abadi dan dapat dipertukarkan, serta berbeda antar budaya - antar tingkat ekonomi, antar taraf pendidikan. Dapat dipertukarkan artinya ada lelaki yang emosional, lemah lembut, sementara ada juga perempuan yang kuat, dan rasional. Lalu, berbeda antar budaya artinya setiap kebudayaan memiliki caranya masing-masing di dalam menilai perempuan dan laki-laki, memberikan mereka peran, dan sifat-sifat yang

---

Dzuhayatin, “Ideologi Pembebasan Perempuan (Perspektif Feminisme dan Islam)”, dalam Binar, *op.cit.*, hlm. 11

<sup>37</sup> *Maggie Humm*, “*Dictionary of Feminist Theory*”, terj., penerjemah: Mundi Rahayu (Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru), Januari 2002, hlm. 178

<sup>38</sup> Di budaya kita, sifat lembut, sabar, senang melayani kebutuhan orang lain, dianggap sebagai karakteristik positif dari feminitas. Perilaku tersebut diperkuat dengan cara anak perempuan didandani, mainan yang dibelikan untuknya, dan diberikan peringatan-peringatan oleh lingkungannya bila berperilaku yang dianggap tidak feminin, sebagai perempuan, ia belajar sifat-sifat yang dianggap pantas bagi perempuan.

berbeda.<sup>39</sup> Pendek kata, semua sifat yang dapat dipertukarkan antara perempuan dan laki-laki, dapat berubah sewaktu-waktu, berbeda dari tempat yang satu ke tempat lainnya, berbeda dari satu kelas sosial ke kelas sosial lainnya disebut sebagai gender.<sup>40</sup>

### 2.2.2 Gender sebagai Konstruksi Sosial Kultural

Laki-laki dan perempuan selalu diletakkan dalam dua kutub yang sama sekali terpisah atau berlawanan. Yang hampir selalu terjadi adalah perempuan diletakkan dalam kutub pelengkap (hal-hal yang tidak dimiliki laki-laki, dapat dilengkapi perempuan) atau negatif (lawan dari sifat-sifat atau karakteristik positif yang dilekatkan pada laki-laki).<sup>41</sup> Dominasi terbentuk, dirembeskan, dan dipertahankan melalui berbagai institusi dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Melalui proses yang panjang dan mapan; melalui proses sosialisasi, penguatan dan konstruksi sosial, kultural, keagamaan bahkan melalui kekuasaan negara, gender lambat laun seolah menjadi ketentuan kodrat dari Tuhan dan ketentuan biologis yang tidak bisa diubah lagi sehingga saat ini banyak dikemukakan bahwa apa yang sesungguhnya "gender" disebut kodrat. Misalnya, sifat lemah lembut, sifat emosional yang dimiliki kaum perempuan dikatakan sebagai kodrat perempuan.

---

<sup>39</sup> Kamla Bhasin, "Memahami Gender", terj., penerjemah: Moh. Zaki Hussein, (Jakarta: Teplok Press), 2001, hlm. 2

<sup>40</sup> Fakhri, *op.cit.*, hlm. 25

<sup>41</sup> Priyono Soemandoyo, "Wacana Gender dan Layar Televisi", (Yogyakarta: LP3Y, Ford Foundation), 1999, hlm.58-59

Konsep gender sendiri merupakan suatu konsep baru yang awalnya untuk memahami kondisi dan kedudukan perempuan, mengingat jenis kelamin sebagai indikasi perbedaan perempuan dan laki-laki, hanya menunjuk kepada sosok biologisnya sehingga tidak memadai untuk melukiskan pelbagai ragamnya arti laki-laki dan perempuan dalam berbagai kebudayaan.<sup>42</sup>

Dalam pokok studi perempuan, konsep gender bukan menitikberatkan pada kedudukan perempuan itu sendiri, melainkan lebih menekankan pada hubungan antara pria dan wanita sebagai arena ketimpangan gender dan posisi perempuan yang lebih rendah. Bukti-bukti terdapat dalam jumlah yang banyak bahwa kegiatan dan ciri-ciri kaum perempuan sepanjang masa dan dimana saja dinilai kurang penting daripada kegiatan dan ciri-ciri kaum laki-laki.<sup>43</sup> Ini berarti, hubungan gender tidak secara inheren setaraf, melainkan bersifat hierarki.

Di pihak lain, gender menyiratkan bahwa kategori laki-laki dan perempuan merupakan konstruksi sosial yang dilakukan secara terpola,

---

<sup>42</sup> Sita van Bemmelen, "Jender dan Pembangunan: Apakah yang Baru?", dalam "Kajian Wanita dalam Pembangunan", Penyunting: TO. Ihromi (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia), 1995, hlm. 178-179

<sup>43</sup> Kebijakan dan program pembangunan banyak yang "buta gender". Teknologi baru di bidang pertanian, hanya diperkenalkan kepada pria, akibatnya marginalisasi pekerjaan wanita dalam bidang pertanian. Anggapan bahwa pria dianggap secara alamiah sebagai agen kemajuan dan modernisasi, sehingga merekalah yang pertama-tama harus dikerahkan untuk mendukung pembangunan ekonomi, (lihat van Bemmelen, *op.cit.*, hlm. 187)

intens sehingga inheren dalam diri laki-laki dan perempuan, membentuk identitas dan pola-pola perilaku untuk laki-laki dan perempuan.<sup>44</sup>

Sosialisasi konstruksi sosial tentang gender ini secara evolusi akhirnya mempengaruhi biologis masing-masing jenis kelamin.<sup>45</sup> Misalnya dengan konstruksi sosial maka sifat gender yang berasal dari kaum lelaki harus kuat dan agresif, membuat lelaki terlatih dan termotivasi untuk menuju dan mempertahankan ke sifat yang ditentukan tersebut sehingga akhirnya lelaki memang lebih kuat. Sebaliknya, karena konstruksi sosial kaum perempuan harus lemah lembut maka sejak bayi, sosialisasi tersebut mempengaruhi tidak saja pada perkembangan emosi tapi juga terhadap visi biologis mereka. Proses sosialisasi yang berjalan secara mapan, pada akhirnya mengakibatkan tiada lagi pembedaan, apakah sifat gender tersebut dikonstruksikan secara sosial atau merupakan kodrat biologis yang merupakan ketentuan Tuhan.

Ideologi gender sendiri dapat beroperasi dalam waktu lama dalam masyarakat kita karena didukung dengan sistem kepercayaan gender (*gender believe system*), yang mengacu pada serangkaian kepercayaan dan pendapat tentang laki-laki dan perempuan, dan tentang kualitas maskulin dan feminitas. Dengan kata lain, sistem kepercayaan gender mencakup elemen deskriptif dan preskriptif, yaitu kepercayaan

---

<sup>44</sup> "Pengemasan" sosial dan budaya dilakukan terhadap perempuan dan laki-laki semenjak lahir disebut sebagai "penggenderan". Setiap masyarakat secara perlahan merubah seseorang menjadi feminin dan maskulin, dengan kualitas, pola, perilaku, peran, tanggung jawab, hak, dan pengharapan yang berbeda, (lihat Basin, *op.cit.*, hlm. 2)

<sup>45</sup> van Bemmelen, *op.cit.*, hlm 179

“bagaimana sebenarnya laki-laki dan perempuan itu” dan “bagaimana seharusnya laki-laki dan perempuan itu”.<sup>46</sup>

Masyarakat sebagai suatu kelompoklah yang menciptakan perilaku pembagian gender tersebut, menentukan apa yang mereka anggap sebagai keharusan untuk membedakan antara lelaki dan perempuan, dan keyakinan tersebut selanjutnya diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, penuh dengan proses negosiasi, resistensi maupun dominasi. Sebagai contoh, sudah semenjak bayi seseorang belajar bagaimana ia harus berperilaku. Sepanjang hayatnya, pembelajaran dan proses sosialisasi tentang maskulinitas atau “kejantanan” dan femininitas atau “keperempuanan” tersebut diperkuat oleh orang-orang di lingkungan terdekatnya; orangtua, kakak atau adiknya, guru, teman sepermainan, tak ketinggalan pula masyarakat luas atau lingkungan budayanya.

Lana Rakow menyatakan:

*“Gender is both something we do and something we think with, both a set of social practices and a system of cultural meaning. The social “doing” gender – and the cultural meanings “thinking the world” using the categories and experiences of gender – constitute us as women or men, organized into a particular configuration of social relations”.*<sup>47</sup>

(“Gender adalah sesuatu yang kita lakukan dan kita pikirkan, merupakan satu set praktek sosial dan suatu sistem dari makna budaya. Masyarakat “menerapkan” gender; makna budaya “berpikir tentang dunia”, menggunakan kategori-kategori dan

---

<sup>46</sup> Soemandoyo, *op.cit.*, hlm. 59

<sup>47</sup> Pamela J. Creedon, *“Women in Mass Communication; Challenging Gender Values”* (Newbury Park California: Sage Publication, Inc), 1989, p. 23

serangkaian pengalaman gender yang menjadikan kita sebagai perempuan atau laki-laki, sesuai aturan konfigurasi dari suatu hubungan sosial”)

Karena lambat laun keyakinan pembagian gender akibat dari konstruksi sosial tersebut dianggap alamiah, normal maka bagi yang melanggar akan dianggap tidak normal dan melenceng dari kodrat.

### 2.1.3 Stereotype Gender

Secara umum, stereotype dapat dilukiskan sebagai ‘gambaran dalam benak kita’ dan terdiri dari sejumlah sifat dan harapan yang berlaku bagi suatu kelompok. Dapat saja terjadi bahwa gambaran tersebut tidak akurat karena stereotype merupakan suatu generalisasi tentang sifat-sifat yang dianggap dimiliki oleh orang-orang tertentu tanpa perlu didukung oleh fakta obyektif.<sup>48</sup> Misalnya, perempuan cerewet, laki-laki rasional. Karena tidak memerlukan keobyektifan maka tidak jarang stereotype justru menyesatkan. Stereotype memberi arah pada perilaku seseorang dikarenakan stereotype seringkali digunakan untuk menentukan cara seseorang memandang kelompok atau cara seseorang berinteraksi dengan orang lain. Salah satu jenis stereotype adalah yang bersumber dari pandangan gender.<sup>49</sup>

Di masyarakat luas, tertanam identitas feminin yang berkaitan dengan perempuan, lengkap dengan nilai-nilai yang dibawanya, dimana

<sup>48</sup> Saparinah Sadli dan Soemarti Patmonodewo, *op.cit.*, hlm. 71-72

<sup>49</sup> Fakih, *op.cit.*, hlm. 29

lebih menggambarkan kualitas negatif dari perempuan; lemah lembut, pasif, dan emosional. Sedangkan identitas maskulin yang identik dengan pria, lebih banyak menggambarkan kualitas positif dari laki-laki; rasional, agresif, dan mandiri, dibandingkan dengan sifat negatifnya.<sup>50</sup>

Setelah kita telaah secara mendalam, perbedaan gender ternyata mengakibatkan lahirnya sifat dan stereotipe yang oleh masyarakat dianggap sebagai ketentuan kodrati atau bahkan ketentuan Tuhan. Sifat dan stereotip yang sebetulnya merupakan konstruksi ataupun rekayasa sosial, akhirnya terkukuhkan dalam proses panjang menjadi kodrat kultural.<sup>51</sup>

Masih senada dengan uraian asumsi di atas, menurut *Bronstein* sebagian besar masyarakat di dunia ketiga, lazim melakukan pembagian kerja seksual. Laki-laki ditempatkan secara tipikal berada pada posisi dominan, pencari nafkah (*bread winner*), sebagai pekerja produktif yang menanggung beban sebagai penghasil pendapatan utama. Sementara perempuan berada pada posisi nyonya rumah (*home maker*) yang bertanggungjawab atas kegiatan reproduktif dan pekerjaan domestik.<sup>52</sup>

Beberapa aspek stereotipe (citra baku) gender merupakan pencerminan distribusi perempuan dan laki-laki ke dalam beberapa peran yang dibedakan. Proses pembentukan citra ini muncul seiring

---

<sup>50</sup> Mirja Lilkanen, "The Question of Cultural Gender dalam James Lull," *Culture in The Communication Age*, (New Fetter Lane, London: Routledge), p. 90

<sup>51</sup> Mansour Fakih, "Analisis Gender dan Transformasi Sosial", (Yogyakarta: Pustaka pelajar), cetakan ke VI, November 2001, hlm. 147

<sup>52</sup> Soemandoyo, *op.cit.*, hlm. 76

dengan perubahan zaman. Pada zaman dahulu, dengan prinsip *the survival of the fittest*, proses fisik menjadi pra syarat bagi penguasaan struktural sosial. Sebagai akibatnya, perempuan yang secara fisik tidak memiliki kemampuan dan sosok sebagaimana yang dimiliki laki-laki menjadi termajinalisasi dari sektor “persaingan budaya”.<sup>53</sup> Dalam proses sosialisasi di kemudian hari, hampir seluruh aspek kehidupan sosial lebih banyak merefleksikan “kelaki-lakian” (*masculine*) atau apa yang kemudian disebut dengan sistem “patriarki”.<sup>54</sup>

Dalam dunia patriarki, posisi perempuan berpijak pada pandangan dunia yang bersifat metafisis, yang menempatkan perempuan sebagai representasi dari rumah, alam, dalam pengertian tertentu. Sebagai rumah, perempuan direpresentasikan sebagai situasi ketenangan yang statis; sebagai alam, perempuan sebagai “lingkungan” sekitar yang harus ditaklukkan.<sup>55</sup> Institusi-institusi masyarakat baik secara konseptual maupun dalam praktik kehidupan sehari-hari, tetap terus menerus mengekalkan kodrat perempuan sebagai makhluk suci, manusia “rumah.

Stereotipe lainnya yang berkaitan dengan perempuan, yang selama ini mengakar sedemikian rupa yakni perempuan yang selalu

---

<sup>53</sup> Soemandoyo, *op.cit.*, hlm. 59

<sup>54</sup> Secara harafiah, patriarki berarti kekuasaan bapak atau “patriarch”, umumnya disebut sebagai “kekuasaan laki-laki”. Istilah yang digunakan untuk menjelaskan suatu masyarakat dimana kaum laki-laki lebih dominan daripada kaum perempuan (lihat Soemandoyo dalam Wacana Gender dan Layar Televisi, hlm. 62) “*The ability of men to control the laws, and institutions of society, combined with men’s superior status, is known as patriarchy*”, dalam Marie Richmond-Abbott, “*Masculine & Feminine, Gender Roles Over The Life Cycle*”, (New York: Mc.Graw-Hill, Inc), 1992, p. 19

<sup>55</sup> Faruk, “*Women Womeni Lupus*”, (Yogyakarta: Indonesia Tera), 2000, hlm. 95

diidentikkan dengan konotasi dapur; dunia privat, dunia domestik, dunia dimana laki-laki tak banyak berperanan di dalamnya.<sup>56</sup> Dapur sebagai tempat perempuan mengolah dan mempersiapkan makanan ini, sangat kuat asosiasinya dengan aktivitas domestik perempuan - aktivitas keibuan. Bahkan pada saat perempuan secara fisik tidak ada di dapur sekali pun, ibu-ibu selalu peduli terhadap isi dapur.

Stigmatisasi yang berurat-berakar bahwa perempuan identik dengan dapur membuat stereotipe ini sulit dilepaskan. Tidaklah berlebihan jika keberadaan ibu seringkali didefinisikan keberadaannya melalui dapur; pusat kendali internal kerumah-tangga-an.

## **2.3 MEDIA MASSA**

### **2.3.1 Media sebagai Agen Sosialisasi**

Agen sosialisasi adalah institusi sosial, tempat orang belajar mengenai wilayah kehidupan yang mereka sendiri tidak terlibat langsung.<sup>57</sup> Maksudnya, tanpa mengalami langsung sesuatu hal, kita bisa mempelajari sesuatu dari pihak lain.

Dalam kehidupan setiap individu, terdapat beberapa agen sosialisasi yang terpenting, yaitu keluarga, sekolah, tempat kerja, lingkungan sosial, dan media massa.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Ratna Megawangi, "Membiarkan Berbeda? Sudut Pandang Baru tentang Relasi Gender", (Bandung: Mizan Pustaka), 1999, hlm. 245

<sup>57</sup> Zulkarimein Nasution, "Modul Sosiologi Komunikasi Massa", (Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka), November 2002, hlm. 9.8

<sup>58</sup> *ibid*, hlm. 9.9

Pada masyarakat modern, media massa semakin menonjol sebagai agen sosialisasi. Dengan semakin banyaknya media yang tersedia dan dikonsumsi oleh masyarakat, maka semakin banyak pula perolehan yang didapatkan seseorang melalui media massa.

Begitu banyaknya perilaku manusia yang sebenarnya merupakan hasil pengaruh media massa, terutama dalam gaya hidup dan pola konsumsi. Tidak sedikit pihak yang mengkhawatirkan media massa merupakan ancaman terhadap nilai-nilai tradisional.

Terkait dengan hubungan antarpribadi, media massa khususnya *Femina* sebagai majalah perempuan, mensosialisasikan hal-hal yang penting diketahui oleh pasangan dalam suatu hubungan yang intim. Dalam hal ini, "rahasia pria" yang sebelumnya tersembunyi karena tidak diutarakan oleh laki-laki, perlu diketahui, dipelajari, dipahami oleh perempuan pasangannya. Proses belajar memahami secara mendalam karakteristik pasangan dan belajar bagaimana harus bersikap secara tepat terhadap pasangan, pada akhirnya, menciptakan suatu hubungan antarpribadi yang harmonis.

### **2.3.2 Fungsi Media Massa**

Fungsi artinya peran atau sesuatu yang diperankan oleh suatu hal dalam kegiatan pihak lain. Analisis fungsional terhadap media massa salah satunya dilakukan oleh *Charles R. Wright*. Ia mengkaji fungsi-fungsi komunikasi media massa dalam kehidupan perorangan sebagai

bagian dari masyarakat (individual), kelompok, dan masyarakat secara keseluruhan, baik yang terlihat nyata (*manifest*), maupun yang tidak kelihatan nyata, namun berlangsung (*latent*).

Pakar komunikasi lainnya, *Harold D. Lasswell*, mengemukakan fungsi dari media massa adalah memberi informasi, mendidik, dan menghibur. *Wright* lebih lanjut menambahkan fungsi media yang disebutkan di atas, yaitu **fungsi *surveillance*** atau penyelidikan, **fungsi media yang kedua; mengkorelasikan** satu kejadian dengan fakta lain dan menarik kesimpulan atau *correlation*. Selanjutnya, **fungsi transmisi kultural** yaitu pengalihan kebudayaan dari satu generasi kepada generasi berikutnya, dan yang fungsi yang keempat adalah media massa memiliki **fungsi *entertainment*** atau hiburan.<sup>58</sup>

**Fungsi *surveillance*** disebut juga pengawasan terhadap apa yang terjadi di lingkungan. Media terus menerus mencari tahu, menyelidiki, mengumpulkan informasi, lalu menyebarkan kepada khalayak. Yang termasuk dalam fungsi ini adalah memberitakan sesuatu yang benar-benar penting bagi publik, kehidupan ekonomi, dan lain-lain. Misalnya, terjadinya krisis teluk menyebabkan terjadinya kegoncangan harga saham di Bursa Tokyo. Selain itu, media massa pada fungsi ini, menggugah masyarakat untuk mengikuti aturan yang berlaku atau etika. Bila seorang pelanggar hukum diberitakan, masyarakat menjadi mengerti

---

<sup>58</sup> *Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, "Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media", 3<sup>rd</sup> edition, (New York: Longman), 1992, p. 293-295*

bahwa perbuatan tersebut salah dan sedapat mungkin menghindari melakukan hal yang sama.

**Fungsi korelasi** dalam media massa berperan menggerakkan masyarakat untuk suatu tujuan bersama. Misalnya, pemerintah menghimbau agar masyarakat hidup hemat dan tidak melakukan pemborosan. Bagi individu, fungsi ini memberikan efisiensi. Dalam menyajikan berita, juga memuat berbagai petunjuk dan analisis yang tidak mungkin kita dapatkan sendiri dengan cepat andaikata harus dicari sendiri oleh masing-masing individu. Fungsi korelasi juga merupakan “obat”, karena dengan adanya ulasan dan petunjuk yang diberikan oleh media, suatu persoalan yang dihadapi menjadi jelas dan gamblang.

Pada fungsi transmisi budaya, media berfungsi untuk menyampaikan informasi, seputar nilai-nilai, norma-norma dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari anggota kelompok yang lama kepada pendatang. Tak dapat dipungkiri, bahwa kita berbicara dengan cara yang sama seperti yang ditampilkan oleh media, berpakaian, berpikir, dan bereaksi dengan cara yang sama dengan yang disampaikan media. Ini berarti, dengan terpaan media yang berlangsung secara intens, jutaan orang menerima model peranan yang dipresentasikan oleh media.

Media massa tak ketinggalan memiliki fungsi sebagai hiburan atau *entertainment*. Disebut sebagai media hiburan apabila isi media tersebut tak terlepas dari hal-hal yang identik dengan hiburan.

## 2.4 PATRIARKI

### 2.4.1 Definisi

Secara harafiah, patriarki berarti kekuasaan bapak. Istilah tersebut saat ini populer disebut sebagai “kekuasaan laki-laki”. Singkatnya, semua bentuk penguasaan laki-laki atas perempuan dalam segala tatanan masyarakat disebut dengan satu bahasa baku: *Patriarki*.<sup>60</sup>

Bagi kalangan feminis, istilah ini secara umum merujuk kepada kekuasaan laki-laki, hubungan kuasa melalui mana atau dengan apa laki-laki menguasai perempuan, dan untuk menyebut sebuah sistem yang membuat perempuan tetap dikuasai melalui berbagai cara.

Menurut seorang feminis; *Kate Millett*:

*“The most general level patriarchy refers to male domination and to the power relationships by which men dominate women. Patriarchy also refers to analyse the relationship between the subordination of women<sup>61</sup> and the organization of various modes of production”.*<sup>62</sup>

(“Secara umum tingkatan patriarki merujuk kepada dominasi oleh pria dan kekuasaan laki-laki atas perempuan dalam hubungan. Patriarki juga merujuk pada analisis hubungan antara perempuan yang ter subordinasi dengan organisasi beserta variasi yang memproduksinya”)

---

<sup>60</sup> Soemandoyo, *op.cit.*, hlm. 62, 109

<sup>61</sup> *Subordination* (baca: subordinasi). Bentuk subordinasi terhadap perempuan adalah semua pekerjaan yang dikategorikan sebagai “reproduksi” dianggap rendah dan menjadi subordinasi dari pekerjaan “produksi yang dikuasai laki-laki, (lihat Mansour Fakih dalam Binar, *op.cit.*, hlm. 28)

<sup>62</sup> *Veronica Beechey, “On Patriarchy dalam Questions for Feminism: Unequal Work, (London: Verso), 1987, p. 95-96*

Sistem patriarki sendiri, akhirnya merupakan sistem yang bekerja atas dasar cara pandang laki-laki. Suatu istilah yang digunakan untuk menjelaskan suatu masyarakat, dimana kaum laki-laki berkuasa atas kaum perempuan dan anak-anak. Mekanisme dimana lebih banyak menempatkan laki-laki pada posisi kunci atau peranan lebih dominan yang tidak melihat perempuan sebagai makhluk yang memiliki permasalahan sendiri. Kemudian, permasalahan yang muncul pada diri perempuan dipandang dan diputuskan dari sudut pandang laki-laki. Kesimpulan tersebut, pada tahap selanjutnya digeneralisir menjadi suatu permasalahan umum, yang celakanya kemudian dipakai untuk menyelesaikan semua permasalahan perempuan.<sup>63</sup>

Budaya patriarki sendiri telah melembaga hampir di semua bidang di Indonesia, membuat semua keputusan di tingkat domestik masih ditentukan oleh kalangan laki-laki. Patriarki muncul dalam penguasaan negara, penguasaan media massa, lembaga hukum, sektor-sektor publik, dan sektor lainnya.

Sistem patriarki berkembang subur di Indonesia, karena dalam masyarakat Indonesia masih berkembang warna sisa-sisa feodalisme; paham yang menempatkan hubungan perempuan dan laki-laki bersifat hierarkis.

---

<sup>63</sup> Soemandoyo, *op.cit.*, hlm. 62-63

## 2. 5 KAJIAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA

### 2.5.1 Pengertian Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi merupakan aktivitas simbolis karena kegiatan berkomunikasi menggunakan simbol-simbol bermakna. Simbol komunikasi itu dapat berbentuk tindakan atau aktivitas manusia. Jadi, pada saat kita berkomunikasi dengan orang lain, maka kita sebenarnya sedang mengalihkan satu paket simbol kepada orang lain.<sup>63</sup>

Sedangkan kebudayaan itu ibarat sebuah lensa. Bayangkan saja jika kita sedang memakai lensa untuk meneropong sesuatu maka lensa membuat kita dapat membidik obyek yang kita inginkan dengan tepat. Jika kita memandang sesuatu dengan menggunakan sudut pandang kebudayaan sebagai sebuah lensa, maka kebudayaan mengajarkan kepada kita untuk memandang sesuatu secara terfokus, secara tajam.<sup>64</sup> Bisa dibilang, kebudayaan membuat dunia sebagai tempat yang kehilangan sisi misteriusnya – *culture makes the world a less mysterious place.*<sup>65</sup>

*Iris Varner dan Linda Beamer*, mengartikan kebudayaan sebagai pandangan yang koheren tentang sesuatu yang dipelajari, yang dibagi atau dipertukarkan oleh sekelompok orang. Pandangan itu berisi apa yang mendasari kehidupan, apa yang menjadi derajat

---

<sup>63</sup> Alo Liliweri, "Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya (Yogyakarta: LKiS), 2002, hlm. 5-6

<sup>64</sup> Liliweri, *op.cit.*, hlm. 7

<sup>65</sup> Larry A. Samovar & Richard E. Porter, "Communication Between Cultures", (Balmont, CA: Wadsworth, Inc), 1991, p. 49

kepentingan, tentang sikap yang tepat terhadap sesuatu, gambaran suatu perilaku yang harus diterima oleh sesama.<sup>67</sup> Ini berarti, kebudayaan merupakan perilaku yang telah tertanam, totalitas dari sesuatu yang dipelajari manusia dan akumulasi dari pengalaman yang disosialisasikan melalui serangkaian proses pembelajaran sosial (*social learning*).

Atau menurut *Hoebel and Frost* melihat kebudayaan sebagai sistem pola perilaku yang merupakan ciri khas dari masyarakat itu; yang terintegrasikan melalui serangkaian proses pembelajaran, bukan melekat secara genetika pada tiap individu:

*“Culture as an integrated system of learned behavior patterns which are not the result of biological inheritance; culture is not genetically predetermined; it is non-instinctive.”<sup>68</sup>*

(“Kebudayaan sebagai suatu sistem yang terintegrasi pada pola pembelajaran perilaku yang bukan inheren melekat secara biologis; kebudayaan bukan disebarkan secara genetik; kebudayaan tidak bersifat instinktif”)

Sedangkan definisi kebudayaan menurut pendekatan studi komunikasi menyatakan kebudayaan sebagai kombinasi kompleks yang terdiri dari simbol-simbol, pengetahuan, bahasa, pola mengolah informasi, aturan, ritual, kebiasaan, gaya hidup, dan perilaku; yang menjadi penghubung dan memberikan identitas bagi suatu kelompok:

*“culture as the complex combination of common symbols, knowledge, folklore conventions, language, information-*

---

<sup>67</sup> Liliwari, *op.cit.*, hlm. 8

<sup>68</sup> *Samovar dan Porter, op.cit.*, p. 50

*processing patterns, rules, rituals, habits, life styles, and attitudes that link and give a common identity to a particular group of people”*.<sup>68</sup>

(“kebudayaan sebagai kombinasi kompleks dari simbol-simbol umum, pengetahuan, cerita rakyat, bahasa, pola pengolahan informasi, aturan, ritual, kebiasaan, gaya hidup, perilaku yang kesemuanya menghubungkan dan memberi suatu identitas umum kelompok masyarakat”).

Bahkan secara tegas Edward T. Hall mengatakan bahwa kebudayaan adalah komunikasi dan komunikasi adalah kebudayaan.<sup>69</sup>

Dari serangkaian uraian di atas maka bisa disimpulkan bahwa komunikasi dan kebudayaan merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Pusat perhatian komunikasi dan kebudayaan terletak pada variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunitas manusia atau kelompok sosial. Perlintasan komunikasi itu menggunakan kode-kode pesan, baik secara verbal maupun nonverbal. Pusat perhatian studi komunikasi dan kebudayaan juga meliputi bagaimana menjajaki makna, pola-pola tindakan, dan bagaimana makna serta pola-pola itu diartikulasi dalam sebuah kelompok sosial.<sup>70</sup>

Sementara itu, urusan makna juga menjadi bagian dari kajian komunikasi antarbudaya, karena makna merupakan produk budaya.

---

<sup>68</sup> Samovar dan Porter, *op.cit.*, p. 51

<sup>69</sup> Liliweri, *op.cit.*, hlm. 9

<sup>70</sup> *ibid*, hlm. 12

Setiap budaya membawa sistem maknanya sendiri. Lalu apakah komunikasi antarbudaya itu? Pertama, *Charley H. Dood* menyatakan komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, atau kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.<sup>71</sup>

Senada dengan definisi di atas, *Joseph A. Devito* menyebutkan bahwa:

*"Intercultural communication is communication between persons who have different cultural beliefs, values, or ways of behaving".*<sup>72</sup>

("Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antar individu yang memiliki perbedaan nilai kebudayaan, kepercayaan, atau cara bersikap").

Menurut *Samovar dan Porter*, komunikasi antarbudaya terjadi di antara produsen pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda.<sup>73</sup>

Setelah melihat beberapa pengertian komunikasi antarbudaya di atas, dapat disimpulkan bahwa bahwa komunikasi antarbudaya melibatkan pelbagai peserta komunikasi yang berasal dari latar belakang kebudayaan yang berbeda-beda dalam sebuah ruang yang sangat luas.

---

<sup>71</sup> Liliweri, *ibid*

<sup>72</sup> *Devito, op.cit., p. 53*

<sup>73</sup> *Liliweri, op.cit., 13*

Oleh karena itu, salah satu kunci untuk menentukan komunikasi antarbudaya yang efektif adalah mengenali faktor-faktor pembeda yang mempengaruhi peserta komunikasi; apakah itu etnik, ras atau kelompok kategori, yang memiliki kebudayaan tersendiri. Perbedaan-perbedaan itu meliputi nilai, norma, kepercayaan, bahasa, sikap, persepsi, yang kesemuanya itu sangat menentukan pola komunikasi antarbudaya.<sup>75</sup>

### 2.5.3 Pola Budaya Melalui Pendekatan Teoritis

Aryono Suyono mengemukakan bahwa pola budaya adalah segala rangkaian dari unsur-unsur yang menjadi ciri-ciri yang paling menonjol dari suatu kebudayaan, yang selanjutnya dapat dipakai untuk mendeskripsikan watak dari kebudayaan bersangkutan. Jika kita membaca uraian di atas, sebenarnya terlihat bahwa pola budaya berkaitan dengan bagaimana suatu masyarakat menata unsur kebudayaannya (sejarah kebudayaan, identitas sosial, peranan relasi antarmanusia, seni, bahasa, kepercayaan, nilai-nilai, perilaku verbal-nonverbal, pola berpikir), dan kemudian dideskripsikan dalam watak perilaku budaya tertentu.<sup>76</sup>

Seorang individu mungkin sekali berasal dari kelompok yang mempunyai banyak norma sebab dia mempunyai kemampuan untuk

---

<sup>75</sup> Liliwari, *op.cit.*, hlm. 20-21

<sup>76</sup> Alo Liliwari, "Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), Maret 2003, hlm. 104-105

menjadi *bicultural*, melalui adaptasi terhadap *mainstream* budaya, variasi dalam bawaan, dan jumlah norma budaya yang menerpa si individu, disana mereka hidup bersama dengan harapan-harapan kelompok sehingga, mau tidak mau, individu harus bergaul dalam masyarakat, yang pada akhirnya individu dipengaruhi oleh pergaulan, afiliasi budaya. Hal ini akan mengubah gaya berkomunikasi.<sup>77</sup>

Uraian di atas menunjukkan bahwa setiap kebudayaan mempunyai pola-pola perilaku tersendiri, yang disebut dengan pola budaya. Salah satu aspek penting yang menjadi dasar pola budaya adalah nilai-nilai yang acapkali menjelaskan cara-cara kita berkomunikasi dengan orang lain.

Setiap kebudayaan mengajarkan cara-cara tertentu untuk memproses informasi yang masuk dan keluar 'dari dan ke' di sekeliling mereka, misalnya mengatur bagaimana setiap anggota budaya memahami pengemasan informasi itu kemudian dilanjutkan dengan melakukan proses pertukaran informasi.<sup>78</sup>

- **Pola Budaya menurut Edward T. Hall**

Proses mempelajari budaya adalah proses mempelajari konteks dan makna:

---

<sup>77</sup> Liliwari, "Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya", *op.cit.*, hlm. 106

<sup>78</sup> *ibid*, hlm.154

*"communication (interaction) is the vehicle by which learn how to behave and what things mean".<sup>78</sup>*

("interaksi komunikasi adalah merupakan sarana mempelajari bagaimana berperilaku dan apa saja yang bermakna").

Budaya yang menjadi sebuah identitas kultural memang memberi suatu pola tentang bagaimana orang berkomunikasi. Dalam konteks ini berarti suatu sistem sosial budaya tertentu, sangat berpengaruh pada bagaimana proses komunikasi berlangsung.<sup>79</sup>

Beberapa kebudayaan berhasil membangun suatu harapan ke dalam sistem mereka sehingga anggotanya otomatis mengetahui apa yang harus dibuat untuk merespons informasi pada saat dan situasi yang tepat, sebaliknya kebudayaan lain tidak memiliki asumsi ini. Beberapa kebudayaan juga tidak mewajibkan anggotanya untuk menaruh perhatian yang tinggi terhadap informasi, juga tentang bagaimana mereka harus berperilaku yang sama dalam menanggapi informasi. Artinya, ada pula kebudayaan yang mengajarkan cara-cara yang lebih praktis dalam memproses informasi meskipun informasi itu dipertukarkan dalam sejumlah situasi yang berbeda.<sup>80</sup>

*Edward T. Hall*, membedakan konteks budaya tinggi (*High Context Culture*) dengan konteks budaya rendah (*Low Context Culture*)

---

<sup>78</sup> Andrik Purwasito, "Komunikasi Multikultural", (Surakarta: Universitas Muhamadiyah), Maret 2003, hlm. 202

<sup>79</sup> *ibid*, hlm 204-205

<sup>80</sup> Liliwari, "Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya", *op.cit.*, hlm. 154

*Culture*), yang menunjuk pada cara dan nilai penyandian pesan lewat gaya bicara.<sup>81</sup>

Sebuah kebudayaan di mana suatu prosedur pengalihan informasi menjadi lebih sukar dikomunikasikan kita sebut *High Context Culture* (HCC). Sebaliknya, kebudayaan di mana suatu prosedur pengalihan informasi menjadi lebih mudah diutarakan, kita sebut *Low Context Culture* (LCC).<sup>82</sup>

Menurut *Joseph Devito*, pola budaya *High Context Culture*, kebudayaan masyarakat umumnya bersifat implisit.<sup>83</sup> Artinya, informasi tidak banyak ditransmisikan dalam bentuk variasi pesan verbal, tapi melalui variasi perubahan pada gerak-gerik tubuh, intonasi suara, mimik wajah.<sup>84</sup>

Tidak berbeda jauh dengan keterangan di atas, *Edward T. Hall* menyebutkan bahwa:

*“A High Context Communication or message is one in which most of the information is either in the physical context or internalized in the person, while very little is in the coded explicit – transmitted part of the message”.*

(“Kebudayaan konteks tinggi adalah budaya dengan penyampaian pesan yang lebih banyak menggunakan konteks fisik atau yang terinternalisasi dalam individu, yang mana sangat minim sekali transmisi pesan melalui tanda-tanda yang eksplisit”).

---

<sup>81</sup> Andrik Purwasito, *op.cit.*, hlm. 202

<sup>82</sup> Liliweri, “Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya”, *op.cit.*, hlm. 116

<sup>83</sup> *Devito, op.cit.*, p. 46

<sup>84</sup> *Gudykunst, op.cit.*, p. 35

Sedangkan *Low Context Communication*:

*“in contrast, is one in which “the mass of the information is vested in the explicit code”.*<sup>86</sup>

(“Kebalikan dari budaya tinggi, kebudayaan konteks rendah adalah salah satu informasi yang berdasarkan tanda-tanda eksplisit”).

Indonesia, jika dilihat dari karakteristik budaya dan kondisi geografis, merupakan bagian dari masyarakat dunia Timur sehingga cenderung berada dalam budaya konteks tinggi (*High Context Culture/HCC*).

Berikut ini ditampilkan beberapa aplikasi yang berkaitan dengan HCC dari *Stella Ting Toomey* yakni:<sup>87</sup>

#### **Persepsi terhadap Isu dan Orang yang Menyebarkan Informasi**

Dalam kebudayaan HCC, informasi dan orang yang mengkomunikasikan isu atau informasi tidak dapat dipisahkan. Kadangkala kebenaran isu tergantung pada siapa yang mengatakannya sehingga jika seseorang menolak orang yang memberikan isu maka dia pun menolak informasi yang dia berikan.

#### **Persepsi terhadap Relasi Antarpribadi dalam Pekerjaan**

Budaya HCC memandang relasi antarpribadi dalam tugas lebih sebagai bagian dari **relasi sosial** (*social oriented*) sehingga kadangkala tidak berorientasi pada tugas.

<sup>86</sup> Gudykunst et al., *op.cit.*, p. 43

<sup>87</sup> Liliweri, “Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya”, *op.cit.*, hlm. 154-158. Lihat juga Liliweri, “Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya”, *op.cit.*, hlm. 115-119

### **Persepsi terhadap Kelogisan Informasi**

Anggota kebudayaan HCC **tidak menyukai sesuatu yang terlalu rasional**, dan sangat **mengutamakan *basa-basi*** melalui dalam percakapan-percakapan yang tidak serius.

### **Persepsi terhadap Gaya Komunikasi**

Pada budaya HCC selalu menggunakan **gaya komunikasi tidak langsung**. Gaya komunikasi menekankan pada pesan-pesan komunikasi nonverbal, jika perlu dengan *basa-basi* (dalam komunikasi tatap muka). Jika mengutarakan sesuatu hal, tidak langsung bicara tentang inti permasalahan. Masyarakat HCC mengharapkan orang lain mengetahui sendiri sesuatu yang ada di benaknya dan membuatnya terganggu, tanpa harus mengungkapkan secara eksplisit.

### **Persepsi terhadap Pola Negosiasi**

Pada masyarakat HCC, lebih menggunakan **sistem perundingan yang halus**, pilihan komunikasinya meliputi **perasaan dan intuisi**. Gaya HCC **mengutamakan hati daripada otak**. Budaya HCC menitikberatkan pada faktor-faktor relasi antarmanusia, atau menggunakan pendekatan *human relations*.

### **Persepsi terhadap Informasi tentang Individu**

Pada masyarakat dengan kebudayaan HCC, lebih mengutamakan individu dengan mempertimbangkan dukungan faktor sosial, mereka tidak peduli dengan pertanyaan yang berhubungan

dengan siapakah dia, pekerjaannya apa, keahliannya apa. Hal ini karena dalam HCC, orang lebih mementingkan loyalitas individu terhadap kelompok.

Untuk lebih jelasnya, berikut akan ditampilkan ringkasan perbandingan persepsi budaya pada HCC dan LCC, yaitu:<sup>87</sup>

Tabel 2.1 : Perbandingan budaya HCC dan LCC

| High Context Culture (HCC)   | Low Context Culture (LCC)   |
|--|---|
| <b>Persepsi terhadap isu dan orang yang menyebarkan isu</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak memisahkan isu dan orang yang mengkomunikasikan isu</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memisahkan isu dan orang yang mengkomunikasikan isu</li> </ul>   |
| <b>Persepsi terhadap pekerjaan dan relasi</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengutamakan relasi sosial dalam melaksanakan tugas</li> <li>▪ <i>Social oriented</i></li> <li>▪ <i>Personal relations</i></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relasi antarmanusia dalam tugas berdasarkan relasi tugas</li> <li>▪ <i>Task oriented</i></li> <li>▪ <i>Impersonal relations</i></li> </ul> |
| <b>Persepsi terhadap kelogisan informasi</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menjauhi informasi yang rasional karena tidak menyukainya</li> <li>▪ Mengutamakan emosi</li> <li>▪ Mengutamakan basa-basi</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menyukai informasi yang rasional</li> <li>▪ Menjauhi sikap emosi</li> <li>▪ Tidak mementingkan basa-basi</li> </ul>                        |
| <b>Persepsi terhadap gaya komunikasi</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memakai gaya komunikasi tidak langsung</li> <li>▪ Mengutamakan pertukaran informasi</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memakai gaya komunikasi langsung</li> <li>▪ Mengutamakan pertukaran informasi secara verbal</li> </ul>                                     |

<sup>87</sup> Liliweri, "Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya", *op.cit.*, hlm. 154-158. Lihat juga Liliweri, "Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya", *op.cit.*, hlm. 115-119

|  |  |
|--|--|
| secara nonverbal   | ▪ Mengutamakan suasana komunikasi yang formal                                |
| ▪ Mengutamakan suasana komunikasi yang informal                              |  |
| <b>Persepsi terhadap pola negoisasi</b>                                      |  |
| ▪ Mengutamakan perundingan melalui <i>human relations</i>                    | ▪ Mengutamakan perundingan melalui <i>bargaining</i>                         |
| ▪ Pilihan komunikasi meliputi perasaan dan intuisi                           | ▪ Pilihan komunikasi meliputi pertimbangan rasional                          |
| ▪ Mengutamakan hati daripada otak  | ▪ Mengutamakan otak daripada hati  |
| <b>Persepsi terhadap informasi tentang individu</b>                          |  |
| ▪ Mengutamakan kapasitas individu dengan pertimbangan dukungan faktor sosial | ▪ Mengutamakan kapasitas individu tanpa memperhatikan dukungan faktor sosial |
| ▪ Mempertimbangkan loyalitas individu kepada kelompok                        | ▪ Tidak mengutamakan pertimbangan loyalitas individu kepada kelompok         |
| <b>Bentuk pesan / informasi</b>  |  |
| ▪ Sebagian besar pesan tersembunyi dan implisit                              | Sebagian besar pesan jelas, tampak, eksplisit                                |
| <b>Reaksi terhadap sesuatu</b>   |  |
| ▪ Reaksi terhadap sesuatu tidak selalu tampak                                | Reaksi terhadap sesuatu selalu tampak terlihat                               |

Menurut *T. Hall*<sup>88</sup>, karakteristik yang terdapat dalam budaya HCC diantaranya adalah **menahan ekspresi perasaan dan**

<sup>88</sup> Edward T. Hall, "Beyond Culture", (Garden City, New York: Anchor Press), 1976, p. 91-101

**komunikasi tidak langsung yang lebih menekankan pada komunikasi nonverbal sehingga pesan hadir dalam bentuk tersamar - tidak dapat 'ditangkap' secara jelas** untuk menghindari terjadinya argumentasi atau konflik yang dapat berpengaruh pada keharmonisan.

Salah satu yang sering menjadi faktor penghambat dalam suatu hubungan antarpribadi adalah kesulitan mengkomunikasikan perasaan. Kita selalu mengalami perasaan tertentu terhadap lawan komunikasi kita, namun seringkali kita tidak mampu mengkomunikasikan segala perasaan kita. Aneka masalah dalam komunikasi muncul, terutama karena kita gagal mengkomunikasikannya secara efektif.<sup>90</sup>

Pada masyarakat Timur, seperti di Indonesia, laki-laki dan perempuan umumnya berada pada tingkatan *High Context Culture* (HCC), dimana salah satu ciri dari konteks kebudayaan ini adalah bersifat **implisit, artinya pada budaya HCC, dalam gaya komunikasinya lebih menekankan pesan nonverbal, sehingga pesan yang ingin disampaikan kadangkala menjadi tersamar, tersembunyi.**

Mengingat sikap "diam" dalam budaya HCC bernilai tinggi sehingga, **pengungkapan perasaan pada budaya HCC tidak**

---

<sup>90</sup> Supratiknya, *op.cit.*, hlm. 50-52

**secara deskriptif atau tidak bersifat lugas.**<sup>91</sup> Akibatnya, makna dari ungkapan perasaan tersebut terlihat kabur sehingga sulit “ditangkap” maksudnya oleh individu lain yang menjadi mitra komunikasi.

Dari uraian sebelumnya mengenai budaya *High Context Culture* (HCC) dan *Low Context Culture* (LCC), khususnya pada relasi antargender; antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan-perbedaan yang melekat antara kedua budaya tersebut terutama dalam tindak komunikasi, dapat melahirkan masalah krusial, salah satu masalah yang kemungkinan besar muncul yakni adanya kesulitan, hambatan, bahkan kesalahpahaman ketimbang kesepahaman dan saling mengerti.<sup>92</sup>

## 2.6 KERANGKA TEORI

### 2.6.1 Semiotik sebagai Sebuah Bidang Kajian

Semiotik sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial, memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda. Dengan demikian semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Devito, *op.cit.*, p. 46

<sup>92</sup> Andrik Purwasito, *op.cit.*, hlm. 203

<sup>93</sup> Alex Sobur, “Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 2002, hlm. 87

Menurut *Umberto Eco*, dalam tanda, ada sesuatu yang tersembunyi di baliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri. Menurut *Sausure*, persepsi dan pandangan kita tentang realitas, dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. Hal itu sebagai pendapat yang mengejutkan, karena berarti tanda membentuk persepsi manusia, lebih dari sekedar merefleksikan realitas yang ada.<sup>94</sup>

Dua ahli kontemporer, *Richard M. Weaver* dan *Kenneth Burke*, sama-sama berkeyakinan bahwa hingga tingkat tertentu, seluruh penggunaan bahasa yang disengaja antarmanusia bersifat “sermonik”. Mereka berpendapat, gagasan yang mengatakan bahwa bahasa dapat digunakan dengan cara yang sepenuhnya netral dan obyektif, tidak dapat dipertahankan.

Mereka berargumen bahwa penggunaan bahasa (kata-kata yang kita pilih) dengan sendirinya mengekspresikan pilihan, sikap, disposisi, kecenderungan, dan evaluasi dari komunikator. Begitu terperangkap dalam jaringan besar yang saling berhubungan dan saling berpengaruh, maka kita berbicara sebagai seorang ahli retorika yang mempengaruhi orang lain untuk berbuat kebaikan dan melakukan hal-hal buruk.<sup>95</sup>

---

<sup>94</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm. 88

<sup>95</sup> *ibid*, hlm. 94

Berger menyebutkan bahwa pada dasarnya analisis semiotik memang merupakan sesuatu yang dipertanyakan lebih lanjut – ketika kita membaca atau mendengar suatu naskah atau narasi. Analisisnya bersifat paradigmatik, dalam arti berupaya menemukan makna termasuk dari hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah teks.<sup>96</sup>

Metode analisis semiotik pada dasarnya lebih menekankan perhatian mengenai apa yang disebut lambang-lambang yang mengalami “retak teks”. Maksud “retak teks” disini adalah bagian (kata, istilah, kalimat, paragraf) dari teks yang ingin dipertanyakan lebih lanjut dicari tahu artinya atau maknanya.

Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak ke luar kaidah tata bahasa dan sintaksis, serta mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukkan (*dennotative*); kaitan dan kesan yang ditimbulkan atau diungkapkan melalui penggunaan tanda. Pelaksanaan hal itu dilakukan dengan mengakui adanya mitos, yang telah ada dan sekumpulan gagasan yang bernilai, yang berasal dari kebudayaan.<sup>97</sup>

Dengan mengamati tanda-tanda (*signs*) yang terdapat dalam sebuah teks (pesan), kita dapat mengetahui ekspresi emosi dan

---

<sup>96</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm. 117

<sup>97</sup> *ibid*, hlm. 126-127

kognisi si pembuat teks atau pembuat pesan itu, baik secara denotatif, konotatif, bahkan mitologis.<sup>98</sup>

Ringkasnya, bagi seseorang yang tertarik dengan semiotik, maka tugas utamanya adalah mengamati fenomena-gejala di sekelilingnya melalui berbagai “tanda” yang dilihatnya. Tanda sebenarnya representasi dari gejala yang memiliki sejumlah kriteria seperti: nama (sebutan), peran, fungsi, tujuan, dan keinginan.

Tanda tersebut berada di seluruh kehidupan manusia, maka ini berarti tanda dapat pula berada pada kebudayaan manusia, dan menjadi sistem tanda yang digunakannya sebagai pengatur kehidupannya. Oleh karena itu, tanda melekat pada kehidupan manusia yang penuh makna, seperti terdapat pada bahasa, religi, seni, sejarah, ilmu pengetahuan.<sup>99</sup>

Beberapa rangkuman dari pembahasan tentang semiotika adalah sebagai berikut :<sup>100</sup>

1. Semiotika menaruh perhatian ada bagaimana makna diciptakan dan disampaikan melalui teks.
2. Fokus perhatian dari semiotika adalah “tanda” yang ditemukan dalam teks.

---

<sup>98</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm. 120-121

<sup>99</sup> *ibid*, hlm. 124

<sup>100</sup> Arthur Asa Berger, “*Media Analysis Techniques*” terj., penerjemah: Setio Budi, (Yogyakarta: Universitas Atmajaya), 2000, hlm. 14

3. Hubungan yang ada di antara tanda-tanda adalah sangat penting. Sebuah analogi dapat dibuat melalui kata dan tata bahasa: cara bagaimana kata-kata dikombinasikan yang kemudian menentukan maknanya.
4. Pada teks terdapat kode-kode yang membuat tanda-tanda pada suatu teks atau narasi menjadi bermakna dan dapat dimengerti.

### 2.6.2 Macam-Macam Teori Semiotika

Pada dekade terakhir ini, terlihat adanya kecenderungan untuk melihat permasalahan komunikasi massa melalui perspektif semiotika. Sementara itu, metode semiotika sendiri, bermanfaat untuk menjelaskan sejumlah fenomena komunikasi massa.<sup>101</sup>

Dalam terminologi penelitian komunikasi, pendekatan Semiotik dapat dikategorikan sebagai jenis penelitian isi media. Penelitian mengenai isi media sendiri ada dua jenis yakni: analisis isi (*content analysis*) tradisional, dan strukturalisme. Secara inheren, penelitian analisis tradisional ini memiliki beberapa kelemahan. Karena terpaku pada penekanan obyektifitas, maka penelitian ini hanya melihat hal-hal yang ada di permukaan. Dengan kata lain, penelitian ini tidak memungkinkan peneliti mengkaitkan isi pesan dengan hal-hal yang laten. Kelemahan analisis isi tradisional ini dapat ditutup oleh

---

<sup>101</sup> Umberto Eco, "Sebuah Pengantar Menuju Logika Kebudayaan, dalam Serba-Serbi Semiotika, editor: Panuti Sudjiman, Aart van Zoest (Jakarta: penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama), 1992, hlm. 41

pendekatan strukturalisme seperti semiotik. Pendekatan ini sebenarnya berdasar pada asumsi bahwa media massa tidak membentuk sendiri suatu kebudayaan. Media massa hanya merupakan bagian kecil dari suatu sistem kebudayaan.<sup>101</sup>

Secara etimologis, istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani, *semeion*, yang berarti "tanda". Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Pada teks, penyusunan kalimat (keteraturan suku kata, banyaknya kata sifat, panjang pendeknya suatu teks), semua itu bisa dianggap sebagai tanda. Semua yang dapat diamati dan diidentifikasi dapat menjadi tanda. Tanda-tanda yang paling menarik barangkali adalah yang tidak disadari dan umumnya terdapat pada teks, yang hanya tampak setelah dilakukan analisis struktural yang mendalam.<sup>102</sup>

Bidang kajian semiotik adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks, yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan ungkapan lain, berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode-kode yang

---

<sup>101</sup> Denis Mcquail, "Mass Communication Theory: An Introduction, 2<sup>nd</sup> edition, (London: Sage Publication), 1987, p. 187-189

<sup>102</sup> Aart van Zoest, "Interpretasi dan Semiotika", dalam "Serba-Serbi Semiotika", *op.cit.*, hlm. 11-12, 15-16

dipasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam teks.<sup>103</sup>

Dalam semiotika, hal yang penting mengenai sifat teks adalah bahwa meskipun teks itu terdiri dari kata-kata atau kalimat, namun sesungguhnya terdiri dari makna-makna. Jadi, pada dasarnya, teks adalah satuan makna.

Batasan yang lebih jelas dikemukakan *Preminger* bahwa semiotik adalah ilmu yang menganggap fenomena sosial masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki arti.<sup>104</sup>

Semiotika memiliki tiga daerah utama, yaitu :<sup>105</sup>

#### 1. Tanda

Tanda akan memiliki makna bagi orang yang membuat dan menggunakan tanda tersebut.

#### 2. Pengkodean

Sistem dimana tanda tersebut terbentuk dan diorganisasikan. Bidang ini melihat perkembangan berbagai bentuk tanda dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat, atau memanfaatkan saluran-saluran komunikasi untuk penyampaiannya.

<sup>103</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm. 107

<sup>104</sup> *ibid*, hlm. 96

<sup>105</sup> *John Fiske, "Introduction to Communication Studies (New York: Methuen & Co. ), 1982, p. 43* dalam Skripsi Oinike Leonora S., "Representasi Perempuan dalam Majalah Wanita (Studi Rubrik Tokoh Wanita di Majalah Femina)", Depok, 2001

### 3. Kebudayaan dimana kode dan tanda dioperasikan

Ketika kedua bentuk di atas beroperasi secara semiotik, kebudayaan merupakan reaksi dari kompetensi yang dimiliki bersama oleh anggota masyarakat untuk saling mengenal, menginterpretasi lambing-lambang sehingga menghasilkan sesuatu.

Awal mulanya konsep semiotika diperkenalkan oleh *Ferdinand de Saussure* melalui dikotomi tanda: *signified* dan *signifier* atau *signifie* dan *signifiant*. Konsep ini melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiatif antara 'yang ditandai' (*signified*) dan 'penanda' (*signifier*), yaitu hubungan 'yang tidak terpisahkan seperti dua sisi pada koin' antara makna atau yang ditandai dengan penanda.<sup>107</sup> Jadi, ketika salah satu aspek disebut atau ditunjuk, maka aspek yang lain akan turut hadir.

Menurut pemikiran *Saussure*, *signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna; apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Sedangkan *signified* adalah gambaran mental - pikiran atau konsep mental dari bahasa. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan

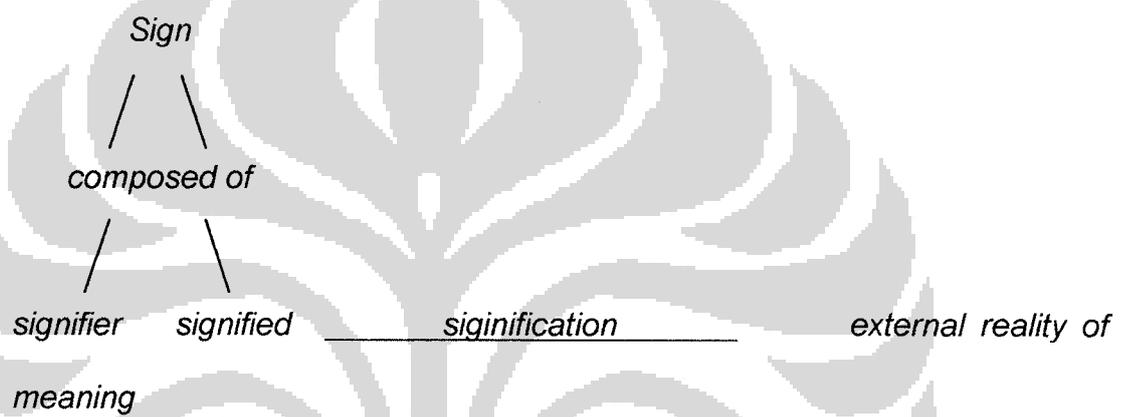
---

<sup>107</sup> Riyadi Santoso, "Semiotika Sosial: Pandangan Terhadap Bahasa", (Surabaya: JP Press), Oktober 2003, hlm. 2

*signification*. Dengan kata lain, *signification* adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia.<sup>107</sup>

Pandangan *Saussure* mengenai tanda dalam konteks semiotik, dijabarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1 : Elemen-elemen Makna *Saussure*



Sebuah *signifier* dapat mengacu pada *signified* yang berbeda. Konsep mental ini secara luas dikenal umum oleh anggota-anggota dari budaya yang sama dengan bahasa yang sama pula. Misalnya tulisan “buka” pada pintu toko. Kata “buka” adalah *signifier* dan bahwa toko terbuka untuk bisnis adalah *signified*. Sedangkan tulisan “buka” pada tombol lift, memiliki *signified* yang berbeda pula. Hubungan antara *signifier* dan *signified* tidak bisa dijelaskan dengan nalar apapun, baik pilihan bunyi-bunyian maupun pilihan untuk mengaitkan rangkaian bunyi tersebut dengan konsep yang dimaksud, karena hubungan yang terjadi bersifat arbitrer.<sup>108</sup>

<sup>107</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm. 124-127

<sup>108</sup> *ibid*

Hubungan antara *signifier* dan *signified* dibagi tiga, yaitu :<sup>110</sup>

1. Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto.
2. Indeks adalah tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan dengan yang ditandai, misalnya asap adalah indeks dari api.
3. Simbol adalah sebuah tanda dimana hubungan antara *signifier* dan *signified* semata-mata karena konvensi, kesepakatan atau peraturan yang lazim terdapat di masyarakat. Misalnya anggukan kepala yang menandakan persetujuan.

*Saussure* berpendapat bahwa persepsi dan pandangan kita tentang realitas dikonstruksikan oleh kata-kata dan tanda-tanda lain yang digunakan dalam konteks sosial. Ini berarti, tanda membentuk persepsi manusia, lebih dari sekadar merefleksikan realitas yang ada.

### 2.6.3 Kajian Semiotika di Media Massa

Isi media massa pada hakikatnya, adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa

---

<sup>110</sup> Sobur, ibid

mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.<sup>111</sup>

Kegiatan jurnalistik memang menggunakan bahasa sebagai bahan baku utama dalam memproduksi suatu wacana. Akan tetapi, bagi media, bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi atau opini. Dengan kata lain, bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik.<sup>112</sup>

Berkenaan dengan hal tersebut, media massa, lazim melakukan berbagai tindakan dalam konstruksi realitas di mana hasil akhirnya berpengaruh kuat terhadap pembentukan makna atau citra dari suatu realitas. Salah satu tindakan itu adalah dalam hal pilihan leksikal atau simbol (bahasa).<sup>113</sup> Dengan demikian jelas bahwa media tidak bisa dianggap berwajah "netral" dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayak.

Pada dasarnya, studi media massa mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya, dengan kata lain, mempelajari media adalah mempelajari makna – dari mana asalnya,

---

<sup>111</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm.121

<sup>112</sup> Eriyanto, "Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media" (Yogyakarta: LKIS), 2001, hlm. 89

<sup>113</sup> Sobur, *op.cit.*, hlm.92

seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri.<sup>113</sup>

Sedangkan **dalam konteks media massa, khususnya media cetak, semiotik digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media** dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda.<sup>114</sup>

Sesungguhnya pada media massa terdapat fungsi internal yang disadari maupun tidak telah “serba menentukan” pemikiran, persepsi, opini, bahkan perilaku orang. Hal ini menjadi mungkin tatkala media dipandang sebagai penyampai imaji. Imaji ini tidaklah terbatas pada sesuatu yang konkret-visual (kasat mata), melainkan juga sesuatu yang “tampak” dan hadir pada batin.<sup>115</sup> Menurut *Zak van Straaten*, yang dapat kita tangkap dari isi media, hanyalah tampilan (*appearance*) dari realitas di baliknya.<sup>116</sup> Pada media cetak, kajian semiotika kebanyakan digunakan untuk mengusut ideologi yang melatari pemberitaan. Sejumlah pertanyaan yang mungkin diajukan diantaranya gambaran mengenai kelompok ini dan itu yang bagaimana yang dibentuk pers. Pada penelitian ini, kajian semiotika

---

<sup>113</sup> Sobur, “Semiotika Komunikasi”, pengantar: Yasraf Amir Piliang (Bandung: Remaja Rosdakarya), 2003, hlm. 110

<sup>114</sup> Sobur, “Analisis Teks Media”, *op.cit.*, hlm. 95

<sup>115</sup> Sobur, “Semiotika Komunikasi”, *op.cit.*, hlm. 111

<sup>116</sup> Sobur, “Analisis Teks Media”, *op.cit.*, hlm. 93

dipergunakan untuk memaknai bagaimana *Femina* selaku majalah perempuan merepresentasikan efektivitas komunikasi antarpribadi pada hubungan yang intim, yang tersirat pada rubrik *Rahasia Pria* yang terdapat di majalah tersebut.



## BAB III METODOLOGI

### 3.1 PENDEKATAN PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut *Taylor*, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata–kata tertulis maupun lisan dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).<sup>118</sup>

Sejalan dengan definisi tersebut, *Kirk dan Miller* mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia berikutan bahasa dan segala peristilahannya.<sup>119</sup>

Mengingat penelitian ini bukan didasarkan pada perhitungan persentase atau perhitungan statistik lainnya melainkan, lebih memandang teks sebagai makna yang mengandung sesuatu yang tersirat atau tak tampak di permukaan, sehingga pada akhirnya penulis memutuskan menggunakan pendekatan kualitatif.

Pada penelitian ini, guna menjawab pertanyaan penelitian, kerangka teorinya adalah teori Semiotika yang merupakan teori interpretasi teks terhadap “sesuatu yang tersirat”. Oleh karena itu,

---

<sup>118</sup> Lexy J. Moleong, “Metodologi Penelitian Kualitatif”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 2000, hlm. 3

<sup>119</sup> *ibid*

penggunaan pendekatan kualitatif adalah merupakan implikasi dari kerangka teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

### 3.2 SIFAT PENELITIAN

Sebagai penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, sifat deskriptif ikut melekat padanya sehingga data yang dikumpulkan berupa kata-kata, bukan angka, yang bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>120</sup>

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena berupaya menggambarkan kualitas hubungan antarpribadi yang berpedoman pada segala aspek yang menjadi “rahasia pria”.

### 3.3 METODE PENELITIAN

Salah satu teori yang akan digunakan untuk mendasari penelitian ini adalah teori semiotika dari *Peirce* yakni teori segitiga makna. Alasan penulis memilih teori segitiga makna *Peirce* sebagai metode penelitian karena teorinya tersebut menjadi *grand theory* dalam semiotik. Gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan.

*Charles Sanders Peirce* seorang filsuf dan ahli logika Amerika, mengemukakan bahwa semiotika bersinonim dengan logika. Logika harus

---

<sup>120</sup> *Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman*, “Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru”, penerjemah: Tjetjep Rohendi Rokidi, (Salemba: UI Press), 1992, hlm. 1-2

mempelajari bagaimana orang bernalar. Penalaran ini, menurut hipotesis teori *Peirce* yang mendasar, dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda menurut *Peirce* memungkinkan kita untuk berpikir, berhubungan dengan orang lain, dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta.<sup>121</sup> *Peirce* ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkannya kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Semiotika menurut *Peirce*, membongkar bahasa dan kemudian menyediakan model teoretis untuk menunjukkan bagaimana semuanya bertemu di dalam sebuah struktur.<sup>122</sup>

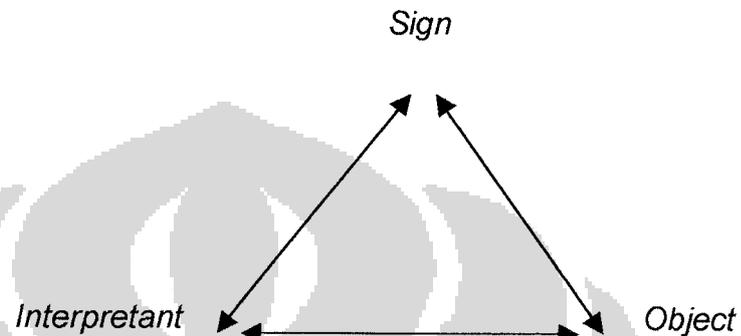
Teori semiotika oleh *Peirce* dikenal dengan sebutan teori segitiga makna (*triangle meaning*), yang terdiri atas *sign* (tanda), *object* (obyek), dan *interpretant* (interpretan). Menurut *Pierce*, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan Obyek (*object*) adalah segala sesuatu yang dirujuk tanda. Obyek dipahami oleh seseorang, sehingga menimbulkan efek pada pemikiran (*mind*) pengguna tanda. Sementara interpretan bukanlah pengguna tanda, melainkan suatu konsep mental yang dihasilkan oleh tanda dan pengalaman pengguna tanda terhadap obyek. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

Hubungan segitiga makna *Peirce* lazimnya ditampilkan dalam gambar di bawah ini :

---

<sup>121</sup> Aart van Zoest, dalam "Serba-Serbi Semiotika", *op.cit.*, hlm. 1

<sup>122</sup> Sobur, "Analisis Teks Media", *op.cit.*, hlm. 97

Gambar 3.2 : Elemen Makna *Peirce*

Pemikiran *Peirce* menjadi dasar dari pengkajian semiotika. Dalam perkembangannya, banyak ahli semiotika yang mengembagkan ide dasar ini sehingga menghasilkan teori-teori baru yang signifikan.

### 3.3.1 Populasi dan Obyek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan rubrik *Rahasia Pria* yang dimuat di majalah wanita *Femina*, terhitung mulai dari awal pemunculan rubrik ini, yakni pertengahan bulan Februari 2003 (edisi no. 8) sampai dengan akhir bulan Desember (edisi no. 51), sehingga total jumlah populasi adalah sebanyak 43 edisi. Sementara untuk obyek penelitian, dari 43 edisi rubrik *Rahasia Pria* yang merupakan total populasi, hanya diambil sebanyak 11 edisi. Adapun rubrik *Rahasia Pria* yang dipilih sampel yakni:

1. Edisi no. 8
2. Edisi no.10
3. Edisi no.13
4. Edisi no.18
5. Edisi no.20
7. Edisi no.23
8. Edisi no.24
9. Edisi no.28
10. Edisi no.38
11. Edisi no. 49

Cara atau teknik yang dilakukan dalam pemilihan obyek penelitian yaitu secara *purposive*; penulis hanya mengambil edisi-edisi rubrik *Rahasia Pria* yang memuat tanda-tanda yang menjadi “rahasia pria” yang terkait dengan hubungan antarpribadi pada pasangan yang memiliki hubungan intim.

### **3.3.2 Unit Observasi**

Unit observasi dalam penelitian ini adalah majalah *Femina*. *Femina* sebagai pelopor majalah perempuan modern di Indonesia, tidak hanya melulu menyajikan rubrik tentang perempuan. Dalam perkembangan selanjutnya, muncul suatu rubrik baru dan menjadi salah satu rubrik tetap pada *Femina*, yaitu rubrik *Rahasia Pria*. Rubrik ini memuat tanda-tanda yang menjadi “rahasia pria”, yang sebelumnya tidak banyak disadari, tak diketahui oleh kaum perempuan karena tidak pernah diutarakan.

### 3.3.3 Unit Analisis

Dengan demikian, unit analisis dari penelitian ini adalah kata, kalimat, dalam konteks keseluruhan isi rubrik yang terkait dengan efektifitas komunikasi antarpribadi dalam hubungan antarpribadi yang bersifat intim.

### 3.3.4 Operasionalisasi Konsep

Dalam mengoperasionalkan konsep, penulis membuat kategorisasi berdasarkan unit analisis yang telah disebutkan sebelumnya, dengan berpedoman pada kerangka teori yang terdapat pada bab dua. Lebih tepatnya, **kategorisasi ini mengacu pada teori komunikasi antarpribadi, khususnya mengenai efektifitas komunikasi antarpribadi, bahwa keterbukaan (*openness*), bersikap empati (*empathy*), dukungan (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesamaan (*equality*)** merupakan beberapa karakteristik dari efektifitas komunikasi antarpribadi (lihat lagi hal. 16).

Tanda-tanda yang merupakan rahasia pria, merupakan salah satu faktor pendukung terciptanya komunikasi antarpribadi yang efektif. Rahasia pria perlu diketahui oleh perempuan yang menjadi pasangan, mengingat adanya perbedaan fisik pada laki-laki dan perempuan dan disertai pula dengan adanya perbedaan konteks budaya antara keduanya. Jika perbedaan ini tidak disikapi secara

dewasa, atau jika perbedaan ini tidak dipahami secara mendalam, implikasinya dapat memicu terjadinya kesalahpahaman dengan pasangan, yang bila dibiarkan bukan tidak mungkin berdampak fatal yaitu hubungan akan berakhir atau terjadi disolusi hubungan.

Adapun uraian kategorisasi berdasarkan efektivitas komunikasi antarpribadi adalah:

|                        | <b>Openness</b>   |
|------------------------|---|
| <b>Self Disclosure</b> | <i>Self disclosure</i> tentang informasi diri sendiri yang bersifat personal / privat, contohnya: seks, pekerjaan, dll  |
|                        | <i>Self disclosure</i> tentang reaksi / tanggapan secara jujur tentang informasi yang dipertukarkan, contohnya: hal-hal yang terkait dengan penampilan pasangan, ungkapan sayang      |
|                        | <i>Self disclosure</i> mengenai pemikiran, perasaan, contohnya: hal-hal yang terkait dengan emosi, percintaan, dll  |
| <b>Empathy</b>         | Memahami laki-laki berdasarkan sudut pandang laki-laki  |
| <b>Supportiveness</b>  | Perempuan bersikap deskriptif daripada evaluatif terhadap laki-laki pasangannya, contohnya: memberi dukungan kepada laki-laki pasangannya dalam pekerjaan, seks, saat mengalami stres |
|                        |   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Positiveness</b> | Sikap positif saat berkomunikasi dengan orang lain (pasangan), terdiri dari: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perasaan positif terhadap konteks budaya lain</li> </ul> Penilaian positif terhadap perilaku orang lain |
| <b>Equality</b>     | Kesetaraan dalam suatu hubungan antarpribadi, contohnya: komunikasi yang menunjukkan kesetaraan, bukan superioritas   |

Adapun uraian kategorisasi yang mengacu pada budaya konteks tinggi (**High Context Culture/HCC**) dari *Edward T. Hall* (lihat hal. 50 – 52), seperti tercantum pada di bawah ini:

1. Menahan pengungkapan atau ekspresi perasaan secara eksplisit
2. Menekankan pengungkapan pesan dalam bentuk implisit (tersamar)
3. Tidak mengutarakan sesuatu secara terbuka

#### 3.4 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni karena bersifat interpretatif dan mengingat setiap individu memiliki pemahaman sendiri terhadap suatu realitas, sehingga interpretasi yang dihasilkan pun menjadi beragam.

## BAB IV

### PROFIL MEDIA

#### 4.1 SEJARAH *FEMINA*

Awalnya Mirta Kartohadiprodo, anak keempat dari Sutan Takdir Alisjahbana (STA), menyimpan cita-cita untuk dapat menerbitkan majalah sendiri melalui percetakan milik keluarganya yang bernama Dian Rakyat, dan majalah yang diterbitkan haruslah majalah perempuan yang tidak sama dengan majalah perempuan yang sudah ada, mengingat dunia permajalahan pada saat itu terlalu didominasi oleh majalah hiburan, sementara majalah perempuan yang sudah ada masih terlalu kaku. Impiannya adalah majalah perempuan yang bisa menjadi aspirasi dan inspirasi perempuan Indonesia modern. Gambaran ide tersebut didapatnya dari majalah-majalah perempuan luar negeri yang sering dilihatnya di rumah salah seorang kerabat.<sup>123</sup>

Suatu siang, Mirta bertemu dengan sahabatnya, Widarti Goenawan Mohammad, yang sama-sama alumni Fakultas Sastra Universitas Indonesia. Pertemuan dengan Widarti alias Arti itu makin meledakkan semangat Mirta untuk mewujudkan cita-cita terpendamnya; menerbitkan majalah perempuan.<sup>124</sup>

---

<sup>123</sup> Ami Wahyu, Nining Irianingsih dan Dewi Priyatni, "Buklet Sejarah *Femina*", hlm. 2

<sup>124</sup> *ibid*

Tentang ide tersebut, Widarti berkomentar,<sup>125</sup>

“Mirta dan saya tidak mempunyai pengalaman dalam menerbitkan majalah. Saat itu, gagasan untuk menerbitkan majalah wanita muncul karena kami anggap masyarakat membutuhkan kehadiran majalah seperti itu dan kami ingin mengisi waktu luang dengan kegiatan yang berguna”.

Dari pertemuan itu, kemudian berlanjut ke pertemuan-pertemuan berikutnya. Mereka berdua bersama Atika Makarim (Tika), sekretaris redaksi Harian *KAMI*, membolak-balik *Burda* dan *Constanze*, majalah wanita terbitan Jerman berbahasa Inggris. Sesekali Pia Alisjahbana (Pia), kakak ipar mirta, ikut *nimbrung* sambil membawa setumpuk majalah *Margriet* dan *Libelle*.<sup>126</sup>

Konsep majalah wanita yang mereka inginkan kian hari kian bulat dan jelas, dan mereka akhirnya sepakat untuk segera saja merealisasikannya. Awal 1972, garasi rumah Sofjan Alisjahbana, kakak dari Mirta, yang bertempat di jalan Sukabumi 36 Jakarta, dirombak menjadi sebuah kantor dan beberapa tenaga baru juga dilibatkan.

“Kami ditertawai ketika minta Surat Izin Terbit ke Departemen Penerangan,” kenang Mirta. “Ya bagaimana tidak, tak seorang pun diantara kami bertiga yang pernah bekerja sebagai wartawan,” tambahnya. Alhasil izin pun segera diperoleh untuk menerbitkan majalah wanita *Femina*, di bawah badan penerbit PT. Gaya Favorit Press.<sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> Kurniawan Junaedhi, “Rahasia Dapur Majalah di Indonesia: Kisah di Balik Pembuatan Majalah dan Romantikanya”, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 1995, hlm. 76

<sup>126</sup> Ami Wahyu et al., *op.cit.*, hlm. 2

<sup>127</sup> *ibid*

Jajaran staf redaksi dikomandoi oleh Mirta, yang dibantu pula oleh Widarti dan Atika, diperkuat pula oleh Pia Alisjahbana, Imam Waluyo yang juga merangkap sebagai pencari iklan dan distribusi majalah. Kemudian Muncul Noesreini, adik Widarti seorang alumni Fakultas Publisistik Universitas Padjajaran. Tugasnya selain reporter juga merangkap sebagai kasir dan sekretaris. Sedangkan urusan artistik dan tata letak ditangani oleh Tony Saroyo dan Herry Bowo S.<sup>128</sup>

*Femina*, merupakan majalah perempuan yang mencoba konsisten dengan pilihan kebijakannya, yaitu ingin berfungsi sebagai *sosial awareness*. Hal ini terasa sekali pada pilihan rubrik dan pilihan materi isinya. Semua itu cenderung memberikan citra wanita yang bebas mandiri, lepas dari belenggu-belenggu yang membatasi baik dari keluarga maupun dari masyarakat.<sup>129</sup>

Rubrik-rubrik yang memang menjadi perhatian kaum perempuan, seperti mode, interior, dapaur, cerita pendek, kisah-kisah menarik mengenai wanita baik dari dalam negeri maupun luar negeri dihadirkan di *Femina*. Desainer Indonesia, seperti Peter Sie, Iwan Tirta, Prayudi (alm), diajak untuk mengisi lembaran mode. Irma Hardisurya, Miss Indonesia, direkrut sebagai tenaga lepas yang menjadi redaktur mode. Martha Tilaar, diminta mengasuh rubrik kecantikan. Bahkan untuk mengisi cerpennya juga diajak antara lain Prof. Dr. Haryati Soebadio, yang suka menulis novel dan cerpen. Dan untuk

---

<sup>128</sup> Ami Wahyu, *ibid*

<sup>129</sup> Kurniawan Junaedhi, *op.cit.*, hlm. 76

rubrik Dari Hati ke Hati, salah satu rubrik favorit di *Femina*, diasuh oleh Ibu Kar dan Imam Waluto, kemudian digantikan oleh dr. Aznen.<sup>130</sup>

#### 4.2 EDISI PERDANA *FEMINA*

Nomor perdana *Femina* terbit pada 18 September 1972. Penampilan majalah wanita edisi perdana itu langsung menggebrak, dengan 42 halaman, 16 halaman diantaranya berwarna, walaupun teknik cetak empat warna masih menimbulkan masalah kala itu, karena di Indonesia belum ada perusahaan pemisah warna sehingga bahan cetakan harus dibawa ke Singapura.<sup>131</sup>

Kulit muka dicetak dengan kertas konstruk, sedang halaman isi dicetak di atas kertas koran dengan bantuan mesin *offset* modern sehingga pada saat itu majalah *Femina* terkesan sangat mewah. Karena teknik *full offset*-nya inilah kehadiran perdana *Femina* mencengangkan banyak pihak.<sup>132</sup>

Sedangkan gambar sampulnya juga cukup mengagetkan, agak terasa lebih radikal untuk ukuran zamannya. Artis Tuti Indra Malaon, yang tampil di *cover* depan *Femina*, berdiri anggun dengan sepuluh tangan, menggambarkan perempuan maju yang terampil dan serba bisa. Karena itu, tangan Tuti tampak banyak dan setiap tangan mampu mengerjakan

---

<sup>130</sup> St. Sutarto, "Humanisme dan Kebebasan Pers: Menyambut 30 tahun Jakob Oetama (Jakarta: Kompas), September 2001, hlm. 193

<sup>131</sup> Ami Wahyu et al., *op.cit.*, hlm. 3

<sup>132</sup> Junaedhi, *op.cit.*, hlm. 76

berbagai peran. Gambar *cover* itu sudah dengan sendirinya membawa citra majalah perempuan baru Indonesia, sekaligus membawa citra baru perempuan Indonesia yang aktif. Tentang gambar Tuti Indra Malaon yang simbolik itu, redaksi menerangkan alasannya,

“...ibu dari dua anak ini ternyata mahir membagi kasih dan waktu untuk keluarga, di samping sempat mengembangkan bakatnya sebagai anak panggung alias drama”.<sup>133</sup>

Meskipun *Femina* dicetak di atas kertas koran, namun dengan harga jual Rp. 125,00 majalah ini dicetak sebanyak 15.000 eksemplar, dan ternyata pada edisi pertama ini, eksemplar sebanyak itu terjual habis, meskipun pada awalnya memang banyak kritik yang datang, terutama tentang teknik jurnalistik seperti wawancara dan menulis laporan. Rupanya di mata para jurnalis pendahulunya, gaya jurnalistik *Femina* dianggap memprihatinkan.<sup>134</sup>

#### 4.3 PERKEMBANGAN *FEMINA*

Struktur dan rubrik *Femina* yang pada tahap awal masih meniru 100% dari majalah-majalah luar negeri. Namun, keadaan seperti itu tidaklah berlangsung lama. Pada edisi ketiga dan keempat, *Femina* mulai melakukan perubahan, dengan memperbanyak menyajikan karya yang asli Indonesia.

Penampilan *Femina* pun, ternyata juga mengundang “reaksi” dari

---

<sup>133</sup> *ibid*

<sup>134</sup> Ami Wahyu et al., *op.cit.*, hlm. 4

beberapa pihak, seperti komentar seorang pengamat, Siswanto Partodimulyo berikut ini:<sup>135</sup>

“...kurang mencerminkan citra wanita Indonesia pada umumnya dan kehidupan rata-rata rakyat Indonesia khususnya. Penyajian gambar-gambar tak mendidik untuk hidup sederhana menurut ukuran rata-rata rakyat melainkan cenderung memacu nafsu ke arah pola hidup yang serba gemerlapan”.

Doktor Filsafat Toeti Heraty Noerhadi juga menyindir:<sup>136</sup>

“Singkatnya, kita melihat suatu citra ditawarkan pada wanita kalangan menengah untuk meningkatkan diri menurut selera kalangan tinggi”.

Terhadap segala kritik ini, Mirta membela diri. Ia mencoba menjelaskan bahwa lembaran pola baju yang dipeloporinya itu memberi kemungkinan kepada para pembacanya untuk membuat baju sendiri. Tambahan lagi, resep masakan berasal dari bahan sederhana sehingga dapat menghemat biaya rumah tangga.<sup>137</sup>

Meski banyak dihujani kritik dan kontroversi, *Femina* tetap jalan terus. Edisi kedua ternyata juga mendapat respon positif dari masyarakat. Begitu pula edisi-edisi selanjutnya. Tiras majalah ini pun terus meningkat. Majalah yang tadinya dicetak cuma 15 ribu eksemplar, meningkat terus, ke 25 ribu, 40 ribu, sampai ke angka 100 ribu eksemplar, dan seterusnya, sesuai permintaan pembeli. Bahkan pada tahun 1982, ketika *Femina* terbit

---

<sup>135</sup> Junaedhi, *op.cit.*, hlm. 77

<sup>136</sup> Junaedhi, *ibid*

<sup>137</sup> *ibid*, hlm. 78

setiap minggu, tirasnya melonjak sampai ke angka 140 ribu eksemplar.<sup>138</sup>

Bahkan dalam waktu enam bulan, atas desakan pembacanya, *Femina* yang pada tahap awalnya terbit sebagai bulanan, diubah menjadi dwi mingguan, dan sejak tahun 1981 hingga saat ini, *Femina* terbit setiap minggu.

Boleh dikata, *Femina* terbit pada masa yang sangat tepat. Pada saat itu, tengah terjadi semacam pergeseran gaya hidup, terutama pada masyarakat kalangan menengah ke atas. Kebutuhan akan bacaan yang dapat menjadi semacam panutan, makin dirasakan. Ketika *Femina* terbit, wanita kalangan menengah ke atas seakan menemukan apa yang dicarinya.

Menurut Widarti,<sup>139</sup>

"Kami ini menyajikan sebuah bacaan yang dapat menjadi pegangan bagi wanita muda yang ingin maju, berwawasan luas, terampil dengan urusan rumah tangga, dan sukses dengan karirnya di kantor. Kombinasi seperti itulah yang hendak kami tuju karena kami melihat ada semacam gejala baru. Semacam perubahan gaya hidup dari para pasangan muda di mana suami maupun istri sama-sama bekerja, sama-sama memburu karir".

Sejak awal dengan sasaran pembaca yang jelas dan bacaan yang memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, *Femina* sudah membakukan tekad akan selalu selangkah di depan sebelum ditiru yang lain. Apa yang tersaji di *Femina*, kan hari memang kian menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Oleh beberapa kalangan *Femina* dianggap sebagai suatu pembaru terutama dalam mempelopori gaya hidup para wanita muda

---

<sup>138</sup> Junaedhi, ibid

<sup>139</sup> Ami Wahyu et al., *op.cit.*, hlm. 4

yang ingin mengaktualisasikan dirinya.

*Femina* tidak hanya menarik perhatian dari materi isi, tapi juga dengan gagasan-gagasan orang dibalik *Femina*, yang membuat *Femina* menjadi bacaan yang dicari. Salah satu ide cemerlang mereka adalah menyelenggarakan suatu lomba perancang mode untuk mencari bakat-bakat baru di dunia mode. Desainer seperti Chossy Latu, Itang Yunasz, Carmanita, Edward Hutabarat, pernah mengikuti lomba ini, dan kini karya mereka menghiasi berbagai media perempuan. Lomba penulisan cerpen, dan cerita bersambung, banyak pula menghasilkan penulis perempuan yang baru dan berbakat, dan sejak terbit sebagai majalah mingguan, *Femina* secara rutin mengadakan Pemilihan Wajah *Femina*, yang diakui melahirkan sejumlah peragawati atau model kondang.<sup>140</sup>

#### 4.4 FEMINA SEKARANG

Berlokasi di jalan H.R Rasuna Said Blok B kav. 32-33, Jakarta Selatan, di gedung berlantai empat, majalah *Femina* menempati lantai kedua.

Meskipun *Femina* dan 'saudara-saudaranya' (majalah *Gadis*, *Ayahbunda*, *Dewi*, dan sebagainya), telah menempati gedung sendiri, masih juga gedung ini terasa sesak. Sebab *Femina*, senantiasa menambah armadanya dari waktu ke waktu. Saat ini, karyawan *Femina* berjumlah 70-an orang yang terdiri dari 38 staf redaksi, 10 staf artistis, 10 staf fotografi, 5

<sup>140</sup> Sutarto, *op.cit.*, hlm. 193

staf dapur uji, 4 staf jahit, dan 6 orang staf administrasi.<sup>141</sup>

Dulu, *Femina* terbit setiap hari Selasa, lalu berubah menjadi hari Jumat. Kini, *Femina* mengunjungi pembaca setiap hari Senin, hari pertama dalam minggu, ketika setiap orang bangun dengan perasaan segar dan bersemangat setelah melewati akhir pekan yang santai. Dan sekarang, setiap kali terbit, *Femina* dibaca oleh lebih dari satu juta perempuan dari segala pelosok Nusantara, baik yang menikah maupun single, dan berasal dari kalangan menengah ke atas; baik wanita aktif, mahasiswi, atau ibu rumah tangga muda.<sup>142</sup>

Berdasarkan riset yang diadakan *Nielsen Media Research* tahun 2002 lalu, *Femina* sebagai majalah perempuan mingguan, rupanya masih berada di posisi terdepan dalam perolehan jumlah pembaca di kelasnya (wanita 25 - 35 tahun) yaitu sebanyak 514 ribu khalayak pembaca. Sementara majalah perempuan lainnya, *Kartini* menyusul di belakang dengan 511 ribu pembaca, diikuti *Cosmopolitan Magazine* dengan 350 ribu pembaca.<sup>143</sup>

Posisinya sebagai *market leader* untuk majalah perempuan rupanya belum juga tertandingi siapapun, karena perlu diingat hingga saat ini telah terbit puluhan majalah wanita yang mengincar pasar yang sama,

---

<sup>141</sup> Ami Wahyu et al., *op.cit.*, hlm. 4

<sup>142</sup> Ami Wahyu, *ibid*

<sup>143</sup> "Kiat Bertarung Majalah Wanita", dalam *Majalah Cakram*, Edisi Khusus, *op.cit.*, hlm. 28

namun tak sedikit yang tumbang karena gagal bersaing di kancah persaingan yang keras.<sup>144</sup>

Di awal tahun 2003, *Femina* melakukan serangkaian perubahan, terutama perubahan pada tata letak dan beberapa sajian artikel baru. Misi dan visi mereka sebagai sahabat perempuan Indonesia masa kini yang aktif dan berwawasan, tetap tidak berubah. Tata letak pada majalah penerima *CAKRAM Award* tahun 2003 ini lebih menarik karena lebih berani dalam memainkan warna, sehingga diharapkan *Femina* tampil lebih muda, segar, dan lebih modern.<sup>145</sup>

Menurut Petty Siti Fatimah, Pemimpin Redaksi *Femina*, perubahan tidak hanya dari segi tata letak yang sama sekali berbeda, perubahan ini juga berkembang ke arah pendekatan editorial yang lebih fokus pada usia 25-35 tahun saat ini, mengingat kebutuhan dan aspirasi wanita berusia 25 tahun pada lima tahun yang lalu bisa berbeda dengan perempuan usia yang sama pada saat sekarang.

Mantan Pemimpin Redaksi Majalah *Gadis* ini menambahkan, bahwa perubahan tampilan *Femina* juga merupakan salah satu upaya *Femina* untuk tetap menjadi majalah perempuan teratas di kelasnya di tengah persaingan majalah perempuan yang semakin gencar. Pada kesempatan lain, Petty menjelaskan bahwa *Femina* berubah tata letak, tapi tetap menyajikan rubrik unggulan mereka, yaitu rubrik mode, kecantikan,

---

<sup>144</sup> Junaedhi, *op.cit.*, hlm. 79

<sup>145</sup> Cakram, *ibid*

kuliner, gaya hidup, dan tulisan-tulisan yang bersifat *feature*.<sup>146</sup>

Semua perubahan itu dilakukan untuk menghindari situasi yang monoton, mengingat apapun yang monoton itu dapat menimbulkan kebosanan.<sup>147</sup>

Adapun penggolongan rubrik–rubrik yang kini terdapat di majalah perempuan mingguan *femina* adalah :

1. Mode dan pola

Berisi mode dan pola pakaian wanita untuk berbagai kesempatan.

2. Dapur dan resep masakan

Berisi resep–resep masakan dalam dan luar negeri beserta petunjuk diet yang benar.

3. Kecantikan dan kebugaran tubuh

Berisi petunjuk mempercantik diri, merawat tubuh, dan cara melakukan olahraga ringan untuk kebugaran tubuh.

4. Fiksi

Memuat cerita pendek dan cerita bersambung.

5. Artikel

Berisi wawancara dengan tokoh- tokoh tertentu yang populer di mata masyarakat.

6. Konsultasi

Rubrik ini disebut juga kontak *Femina*, yang terdiri dari beberapa rubrik sekaligus, meliputi bidang kecantikan, kesehatan, seks,

<sup>146</sup> Majalah *Femina*, "Dari Redaksi", edisi no. 8/XXXI, 20-26 Februari 2003, hlm. 13

<sup>147</sup> *Femina*, *op.cit.*, ibid

dapur, karier, etiket pergaulan, dan psikologi perempuan. Dengan demikian, pembaca dapat melakukan konsultasi bersama para ahli yang mengasuh masing-masing rubrik tersebut.

Adapun macam-macam rubrik konsultasi ini adalah sebagai berikut:

a. Dari hati ke hati

Dapat mengajukan masalah seputar masalah cinta dan masalah dalam perkawinan.

b. Busana wanita aktif

Dapat mengajukan pertanyaan sehubungan masalah dalam berbusana, yang akan dijawab oleh Carmanita.

c. Wanita

Seputar hal-hal yang berhubungan dengan masalah pengembangan karier perempuan.

d. Klub Diet Femina

Dapat mengajukan pertanyaan seputar masalah diet, olahraga dan kebugaran.

e. Problema seks

Memuat hal-hal yang bebrkaitan dengan masalah seks dalam keluarga dan diasuh langsung oleh dr. Lies dan dr. Arman Adikusumo.

f. Dokter anda

Menjawab masalah seputar kesehatan, diasuh langsung oleh

Dr. Kartono Muhamad.

g. Klinik

Pertanyaan diajukan kepada IKAFI (Ikatan Farmakologi Indonesia), seputar masalah penggunaan obat.

h. Ginekologi

Rubrik yang menjawab masalah seputar organ reproduksi perempuan oleh dr. Siti Dhyanti Wisnuwardhani Sp. OG, M.s.ed

i. Psikologi

Pengajuan masalah seputar kehidupan pribadi dan akan dijawab oleh psikolog Yati Utoyo Lubis.

j. Hukum

Sri Rejeki, S.H dan Tatang Suganda, S.H akan menjawab permasalahan pembaca seputar masalah dalam bidang hukum.

k. Seputar dapur

Di rubrik ini, redaktur boga Femina akan menjawab tuntas permasalahan seputar kegiatan masak-memasak.

## BAB V

### HASIL PENGAMATAN DAN ANALISIS

Pada bab ini, penulis akan memberikan data hasil pengamatan berikut analisisnya. Data-data yang diberikan berupa teks yang termuat pada rubrik “Rahasia Pria” di majalah *Femina* periode bulan Februari 2003 sampai periode bulan Desember 2003. Teks yang diberikan sudah dalam bentuk kutipan. Sementara kutipan-kutipan tersebut dipilih dengan berpedoman pada tujuan penelitian, yakni melihat segala tanda-tanda yang menjadi “rahasia pria”.

#### 5.1 Rubrik “Rahasia Pria” di majalah *Femina* edisi no.8

##### Tulisan no.1 (Lampiran 1)

Judul : “Wanita Teman Terbaik Pria”

Wanita bisa menjadi teman yang menyenangkan bagi pria. Sebenarnya, apa sih, yang diinginkan pria dari sahabat wanitanya? *Ilene Rosenweig, co-author Swell: A Girl's Guide to the Good Life (1999)* mengatakan bahwa **pria sangat nyaman berada di sisi teman wanita yang cerdas, penuh humor, dan bisa menjadi pendengar yang baik.** Itu sebabnya, kalau pria sedang bertengkar dengan kekasihnya, ia tak sungkan bercerita pada sahabat wanitanya.

**Analisis :**

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*pria sangat nyaman berada di sisi teman wanita yang cerdas, penuh humor, dan bisa menjadi pendengar yang baik*

**2. Object :**

Nyaman merupakan suatu kondisi yang menyenangkan dan menurut laki-laki, batas kenyamanan dalam suatu hubungan adalah kecerdasan, sifat humoris, dan kemampuan menjadi pendengar yang baik yang dimiliki oleh seorang perempuan.

**3. Interpretant :**

Kecerdasan, humoris, dan bisa menjadi pendengar yang baik mencerminkan **sesuatu yang dibutuhkan atau diinginkan oleh laki-laki** dari pasangan ataupun sahabat perempuannya.

Laki-laki yang identik dengan kuat, tegar, mantap secara emosional, ternyata sosok yang **dependen** terhadap perempuan yang menjadi teman atau sahabatnya, karena ia **tetap membutuhkan kehadiran perempuan** untuk mendengarkan cerita atau *unek-uneknya*.

Kebutuhan laki-laki akan hadirnya teman atau sahabat perempuannya yang bisa menjadi pendengar yang baik menyiratkan bahwa **laki-laki lebih terbuka terhadap teman atau sahabat perempuannya** dalam mengungkapkan apa yang ada di benaknya.

**Tulisan no. 2 edisi no. 8 (Lampiran 1)**

Pria **sebal**, jika wanita...  
 56% **dandan berlama-lama**  
 29% sering **bergosip**  
 15% terlalu **memperhatikan penampilan**  
 7% selalu **ketinggalan berita penting**

## Analisis :

### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*pria sebal, jika wanita 56% dandan berlama-lama, 29% sering bergosip, 15% terlalu memperhatikan penampilan, 7% selalu ketinggalan berita penting*

### 2. *Object* :

Sebal berarti tidak menyukai sesuatu atau seseorang. Dalam hal ini, rasa sebal pada diri laki-laki terhadap pasangannya, terbatas pada hal-hal yang oleh budaya dikaitkan dengan sosok perempuan, antara lain meliputi: dandan berlama-lama, bergosip, terlalu memperhatikan penampilan, dan selalu ketinggalan berita penting.

### 3. *Interpretant* :

**laki-laki menunjukkan egonya, dengan bersikap evaluatif** dan secara terang-terangan menyatakan bahwa *dandan lama, sering bergosip, sangat memperhatikan penampilan, dan selalu ketinggalan berita penting* merupakan hal-hal yang identik oleh perempuan, seolah-olah tidak pernah dilakukan oleh laki-laki, padahal tidak jarang, laki-laki pun melakukan hal yang sama seperti betah berjam-jam ngobrol dengan sesama laki-laki, membicarakan beragam topik, dari mulai soal pasangan, pekerjaan, dan lain-lain.

## 5.2 *Femina* edisi no. 10

### Tulisan no.3 edisi no. 10 (Lampiran 2)

Judul : "Pria alergi dengan kata maaf"?

Bagi pria, mengucapkan "*I'm sorry*", terhadap pasangan sama saja dengan melemparkan diri ke tempat yang tidak nyaman. Dalam bukunya, *Talking from 9 to 5*, Deborah Tannen menekankan bahwa **pria mengasosiasikan kata maaf dengan posisi yang lemah**. Pengakuan kata salah meruntuhkan ego pria yang dominan. Tapi, jangan langsung menuduh pria makhluk tak berperasaan. Karena, **biasanya pria mengungkapkan rasa bersalahnya lewat bunga atau kejutan istimewa**.

### **Analisis : Simbol dalam bentuk kalimat**

#### **1. Sign :**

*pria mengasosiasikan kata maaf dengan posisi yang lemah... biasanya pria mengungkapkan rasa bersalahnya lewat bunga atau kejutan istimewa*

#### **2. Object :**

Posisi lemah berarti posisi yang **tidak mendominasi**, dan menurut laki-laki, dirinya akan terlihat lemah jika ia meminta maaf secara terbuka terhadap pasangannya.

#### **3. Interpretant :**

Menunjukkan **ego yang dominan** pada diri laki-laki karena menghindari meminta maaf secara eksplisit terhadap pasangan. Walaupun pada akhirnya pihak laki-laki menyadari kesalahannya, namun **permintaan maaf tetap enggan diutarakan secara eksplisit** atau terang-terangan, karena itu, laki-laki lebih memilih mengungkapkan rasa bersalahnya melalui cara-cara yang implisit seperti memberikan bunga atau memberi kejutan istimewa lainnya.

## Tulisan no. 4 edisi no. 10 (Lampiran 2)

### Analisis :

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

Pertanyaan yang paling **laki-laki benci** dari pasangan”

“*Saya kelihatan **gemuk** ya?” **Dijawab ya maupun tidak**, dia akan **cemberut** juga. Akhirnya jadi diem-dieman sepanjang jalan.*

“**Sayang tidak sama saya?**” *Jelas, jika statusnya sudah menjadi pacar, saya punya perasaan yang istimewa untuknya.*

“*Kamu ngapain saja dengan si A?*” *Astaga, padahal itu **masa lalu** saya.*

#### 2. *Object* :

Secara umum, benci identik dengan perasaan tidak suka terhadap sesuatu hal atau seseorang. Dalam hal ini, laki-laki benci terhadap hal-hal tertentu yang dilakukan oleh pasangannya. Serangkaian pertanyaan yang diajukan oleh perempuan terhadap laki-laki berupa pertanyaan yang terkait dengan penampilan si perempuan, pertanyaan yang terkait dengan perasaan sayang laki-laki yang dituntut untuk diutarakan secara verbal, serta *mengorek* masa lalu laki-laki yang terkait dengan mantan-mantan pacarnya, bagi laki-laki merupakan pertanyaan-pertanyaan yang tidak disukai karena menghindari terjadinya konflik dengan pasangannya.

#### 3. *Interpretant* :

Ada pertanyaan-pertanyaan tertentu yang **tidak bisa dijawab atau dijelaskan secara gamblang oleh laki-laki terhadap pasangannya**, meliputi: pertanyaan seputar penampilan pasangan, pertanyaan yang terkait dengan masa lalu

dengan mantan-mantan pacar, dan pertanyaan yang terkait dengan ungkapan sayang laki-laki terhadap pasangannya.

### 5.3 *Femina* edisi no. 13

#### Tulisan no. 5 (Lampiran 3)

Judul : "Jangan mengeluh di depan pria"

Apa yang dibenci pria dari wanita? Mengeluhkan hal-hal sepele. Wajar saja, ketika kecil pria dididik untuk menyembunyikan kelemahannya. Tegar dan memiliki kemampuan mengontrol emosi. Tidak mengherankan bila pria kurang memiliki rasa toleransi terhadap keluhan, apalagi regekan. Pria memiliki kebutuhan utama untuk menyelesaikan masalah dan mendapatkan solusi. Jika pasangannya mengeluh, ia merasa harus berperan untuk membantu. Berbeda dengan wanita, keluhan datang karena rasa tidak puas dan wanita suka berbagi duka kepada sahabat atau saudara. Nah, jika frekuensi keluhan pasangannya sangat tinggi, seorang pria merasa gagal membahagiakan pasangannya. Akibatnya, ia menarik diri dari kehidupan anda.

#### Analisis :

##### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*Jika frekuensi keluhan pasangan tinggi, seorang pria merasa gagal membahagiakan pasangannya. Akibatnya, ia menarik diri dari kehidupan pasangannya*

##### 2. *Object* :

Bagi laki-laki, kegagalan seorang laki-laki dalam membina hubungan, salah satunya dapat terlihat dari tinggi rendahnya keluhan yang disampaikan oleh pasangan.

### 3. *Interpretant* :

Menyiratkan **dominasi laki-laki** dalam membahagiakan pasangan, salah satunya selalu berupaya mencari solusi untuk meminimalkan keluhan dari pasangan.

**Keluhan yang diungkapkan secara eksplisit dan rutin, justru menjadi bumerang** dalam suatu hubungan antarpribadi yang intim karena ternyata pihak **laki-laki bersikap defensif terhadap segala keluhan yang disampaikan pasangannya.**

Ego laki-laki tinggi karena laki-laki tidak berusaha memahami keluhan pasangannya, yang ia pedulikan atau yang lebih diprioritaskan adalah bagaimana meminimalkan keluhan, tanpa mencari tahu sebab timbulnya keluhan yang diutarakan oleh pasangan.

#### **Tulisan no. 6 edisi no. 13 (Lampiran 3)**

“42% pria Indonesia menganggap memutuskan cinta lewat SMS adalah wajar”.

#### **Analisis :**

##### **1. Sign : Simbol dalam bentuk kalimat**

*pria indonesia menganggap memutuskan cinta lewat SMS adalah wajar*

##### **2. Object :**

Bagi laki-laki, sesuatu yang wajar, yang sama sekali tidak menyiratkan kesalahan salah satunya adalah pemutusan hubungan melalui sms.

### 3. *Interpretant* :

**Ketidakberanian laki-laki** mengungkapkan perasaan secara langsung pada pasangan, yang berkaitan dengan pengambilan suatu keputusan untuk mengakhiri hubungan.

Laki-laki yang identik dengan ciri positif seperti rasional, tegar, dapat mengontrol emosi dengan baik, dan sebagainya, memiliki **kelemahan pula**. Ketidakberanian laki-laki untuk berbicara 'face to face' mengenai pemutusan hubungan merujuk pada kelemahan yang melekat pada dirinya.

#### **Tulisan no. 7 edisi no. 13 (Lampiran 3)**

Judul : "Dia lupa ulang tahunku"

Sakit hati merasa dilupakan karena kekasih anda tidak memberi selamat di hari ulang tahun atau suami lupa hari ulang tahun perkawinan? Bagaimana tidak? Sesibuk-sibuknya seorang wanita, ulang tahun pasangan tentu tetap lekat di pikiran.

*John Gray Ph. D.*, penulis *Making Peace with the Opposite Sex* mengatakan, bahwa wanita memprioritaskan keharmonisan hubungan. Sementara pria memprioritaskan konteks kesuksesan suatu tujuan. Jadi, **jika kebetulan pikiran si dia sedang tersita oleh pekerjaannya, hari ulang tahun atau janji membelikan hadiah bisa saja terlupakan**. Bukan berarti ia tak perhatian, tapi perhatian pria hanya dapat terpaku pada satu fokus," tegas *John Gray*.

**Analisis** :

**1. Sign** : **Simbol dalam bentuk kalimat**

*jika kebetulan pikiran si dia sedang tersita oleh pekerjaannya, hari ulang tahun atau janji membelikan hadiah bisa saja terlupakan*

## 2. *Object* :

Pekerjaan tetap menjadi fokus utama yang diberi perhatian lebih dibandingkan memberi perhatian untuk pasangan yang sedang berulang tahun.

## 3. *Interpretant* :

Menunjukkan **ego laki-laki**, bahwa pekerjaan merupakan hal yang penting bagi laki-laki sehingga perhatian lebih tersita untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut.

Perempuan tetap harus memberi **support atau dukungan** dalam bentuk apapun, walaupun harus 'mengalah' terhadap laki-laki pasangannya yang baik sengaja maupun tidak, melupakan hari ulang tahun perempuan tersebut, karena si laki-laki pasangannya sedang fokus ke pekerjaan.

### Tulisan no. 8 edisi no. 13 (Lampiran 3)

Judul : "Kapankah anda menyadari bahwa *she's the one*"?

Saya tidak takut tampil tidak sempurna di depan dirinya.  
Berani tampil *awut-awutan*, bahkan menangis di depannya. *It never happened before!*

## Analisis :

### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*saya tidak takut tampil tidak sempurna. Berani tampil awut-awutan, bahkan menangis di hadapannya*

## 2. *Object* :

Ketakutan atau sesuatu yang dikhawatirkan dalam hubungan yang bersifat intim bukan lagi terkait dengan soal penampilan. Tampil adanya bukan lagi sesuatu yang harus ditakuti atau dihindari oleh laki-laki, jika ia sudah benar-benar menemukan 'seseorang yang tepat'.

## 3. *Interpretant* :

**Tampil apa adanya bahkan menangis, merupakan ungkapan sayang kepada pasangan yang tidak diekspresikan secara verbal, tetapi dalam bentuk nonverbal.**

Mematahkan ciri positif laki-laki sebagai sosok yang matang secara emosional karena, jika laki-laki telah menemukan seseorang yang sangat spesial, ia tanpa sungkan akan **mengekspresikan perasaan sayangnya, walaupun dalam bentuk implisit atau nonverbal.**

### 5.4 Rubrik "Rahasia Pria" di majalah *Femina* edisi no. 18

#### Tulisan no. 9 (Lampiran 4)

Judul : "Memahami solusi pria"

Anda sering tidak memahami **bagaimana cara pria menyelesaikan persoalan?** Ternyata, kaum pria memiliki cara khusus dalam mencari solusi atas permasalahan yang dihadapinya. Bila memungkinkan, anda bisa menggunakan cara ini untuk menyelesaikan masalah anda dengannya.

- a. **Saling membenturkan pendapat.** Memang bukan cara terbaik, tapi jika ini satu-satunya cara untuk menyelesaikan persoalan secara cepat, ia pasti mau mendengarkan anda.

- b. **Membagi tanggung jawab** sesuai kemampuan. Misalnya, saat makan di restoran atau kafe, anda bisa mengajukan diri untuk membayar minumann, dan biarkan dia membayar makanan.
- c. **Sesekali biarkan dia menang.** Setelah itu, **baru sampaikan uneg-uneg anda.**
- d. **Meski tidak setuju, jangan langsung kritik rencananya.** Sekali-sekali boleh juga anda bilang, "saya kan sudah bilang sebelumnya," jika ternyata ia gagal.

### Analisis :

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*Bagaimana cara pria menyelesaikan persoalan?*

*Saling membenturkan pendapat.*

*Membagi tanggung jawab*

*Sesekali biarkan dia menang. Setelah itu, baru sampaikan uneg-uneg anda.*

*Meski tidak setuju, jangan langsung kritik rencananya*

#### 2. *Object* :

Solusi atau jalan keluar dari suatu permasalahan dalam hubungan menurut sudut pandang laki-laki

#### 3. *Interpretant* :

Alternatif solusi berdasarkan sudut pandang laki-laki, mencerminkan **ego laki-laki** yang tidak mau mengalah terhadap pasangan.

### Tulisan no. 10 edisi no. 18 (Lampiran 4)

Judul : "Air mata tak meluluhkan pria"

*James Dobson*, penulis *Love Must Be Tough* menyatakan bahwa pria merasa terantai dengan teknik pengurangan wanita yang berbentuk kesedihan, kemarahan, dan rasa bersalah yang manipulatif. Memohon, meratap, memeluk tangan sama saja menghancurkan citra diri anda di hadapannya. "**Pria merasa terganggu dan menarik diri secara emosional dari wanita yang menuntut dan terlalu tergantung,**" tutur *Naifeh dan Smith*, penulis *Why Can't Men Open Up*.

Saran mereka, jadilah wanita yang mandiri dan sukar ditangkap. Kenapa? Karena pria 'si pemburu' akan berlari mengejanya.

**Analisis :**

**1. Sign : Simbol dalam bentuk kalimat**

*Pria merasa terganggu dan menarik diri secara emosional dari wanita yang menuntut dan terlalu tergantung*

**2. Object :**

Rasa terganggu atau sikap defensif laki-laki muncul karena tak terlepas dari adanya perempuan yang seringkali menuntut dan tidak mandiri dalam suatu hubungan antar pribadi yang intim.

**3. Interpretant :**

**Laki-laki menginginkan** perempuan yang menjadi pasangannya dapat menjadi **perempuan yang mandiri dan tidak banyak menuntut** terhadap laki-laki pasangannya.

Menunjukkan **ego laki-laki** sebagai 'si pemburu' perempuan yang mandiri.

**Keterbukaan perempuan dalam mengekspresikan perasaannya terhadap pasangan, justru menjadi bumerang** karena perempuan malah dianggap sebagai pribadi yang tidak mandiri oleh pasangannya sendiri.

## 5.5 *Femina* edisi no. 20

### Tulisan no. 11 (Lampiran 5)

Judul: "Pria tidak mempan disindir"

Anda melampiaskan kekesalan dengan cara menyindir? Misalnya, melalui lirik lagu, artikel majalah, ataupun cerita mengenai pasangan lain? Namun, sudah lima kali lagu 'wujud kekesalan' anda dipasang, *boro-boro* ia sadar dan menganalisis lirik lagu, hanya muka polos tak berdosa yang ditampilkannya. Kesal bukan? *Bob Berkowitz*, penulis buku *What Men Won't Tell You But Women Need to Know*, menyatakan bahwa wanita memiliki kecakapan khusus untuk menerima dan mengirim tanda-tanda, berbeda dengan pria. Katakan terus terang kepadanya hal yang mengganggu pikiran anda. Karena, apa yang kelihatan jelas oleh anda, sesungguhnya kabur bagi kaum pria. Wanita memberikan tanda layaknya orang membaca dengan keras di jalan, sementara para pria harus mengejanya. Jadi, mereka tidak peka dengan sindiran. Lebih baik sampaikan *uneg-uneg* secara langsung.

#### **Analisis :**

##### **1. Sign : Simbol dalam bentuk kalimat**

*sudah lima kali lagu 'wujud kekesalan' anda dipasang, boro-boro ia sadar dan menganalisis lirik lagu, hanya muka polos tak berdosa yang ditampilkannya.*

##### **2. Object :**

Sesuatu yang diungkapkan perempuan terhadap pasangannya, hanya sebatas sindiran, bukan ungkapan perasaan secara verbal.

##### **3. Interpretant :**

Laki-laki umumnya **tidak peka atau tidak berusaha memahami terhadap segala sesuatu yang diungkapkan secara tersamar atau implisit** oleh perempuan pasangannya.

Terjadi ketidaefektifan dalam komunikasi antarpribadi, khususnya dengan pasangan sendiri karena adanya **perbedaan anatara perempuan dan laki-laki yang tidak diketahui atau tidak dipelajari** secara lebih mendalam.

## Tulisan no. 12 edisi no. 20 (Lampiran 5)

Kritik dari pasangan yang membuat pria sakit hati?  
 44% dibandingkan dengan kebaikan mantan kekasihnya  
 22% dianggap tidak kompeten dalam pekerjaan atau penghasilan  
 28% kemampuan seksnya dipertanyakan  
 6% menyerang anggota keluarga atau sahabat karibnya

### Analisis :

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*Kritik dari pasangan yang membuat pria sakit hati?  
 Dibandingkan dengan kebaikan mantan kekasihnya  
 Dianggap tidak kompeten dalam pekerjaan atau penghasilan  
 Kemampuan seksnya dipertanyakan  
 Menyerang anggota keluarga atau sahabat karibnya*

#### 2. *Object* :

Kritik dari perempuan yang membuat laki-laki pasangannya merasa tidak senang, bila menyerang langsung hal-hal yang berkenaan dengan ego laki-laki seperti: dibanding-bandingkan dengan mantan pacar, kemampuan seks, pekerjaan, dan penghasilan dipertanyakan, dan menyakiti orang-orang terdekatnya.

#### 3. *Interpretant* :

Sifat egois yang melekat pada laki-laki membuat ia tidak senang dikritik oleh pasangannya, apalagi jika **kritik yang disampaikan secara eksplisit, menyentuh ego mereka.**

Implikasi dari budaya *patriarkat* salah satunya adalah laki-laki memiliki **ego yang dominan** sehingga tidak menyukai perilaku yang bersifat evaluatif dari perempuan yang menjadi pasangannya.

### Tulisan no. 13 edisi no. 20 (Lampiran 5)

Judul : "Yang diinginkan pria dari wanita"

Dari hasil survey yang menyebarkan kepada 1000 orang pria, yakni *Thomas Whiteman*, penulis buku *Men Who Have Love Too Little* menyimpulkan bahwa pria menginginkan wanita:

- bicara lebih sedikit
- minta bantuan lebih sedikit
- menunjukkan kemantapan emosional
- lebih logis
- tidak terlalu meresahkan penampilan fisiknya

**Analisis :**

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*pria menginginkan wanita: bicara lebih sedikit, minta bantuan lebih sedikit, menunjukkan kemantapan emosional, lebih logis, tidak terlalu meresahkan penampilan fisiknya*

#### 2. *Object* :

yang diinginkan laki-laki dari perempuan, terkait dengan cara bicara, kemandirian, emosi yang lebih terkontrol, lebih praktis dalam soal penampilan, dan rasional.

#### 3. *Interpretant* :

**Keinginan laki-laki merupakan implikasi dari adanya stereotipe perempuan yang ditanamkan oleh budaya** bahwa perempuan senang berbicara berjam-jam, labil dari segi emosi, dependen, kurang berpikir logis.

Menyiratkan **sifat egois karena laki-laki sebagai pihak yang menginginkan perempuan menjadi seperti yang diharapkan olehnya**, tanpa berpikir bahwa dirinya sendiri bukan mustahil berperilaku sama

persis dengan perempuan seperti ngobrol berlama-lama dengan kawan sesama jenis, emosional, dan sebagainya.

### Tulisan 14 edisi no. 20 (Lampiran 5)

Judul : "Apa kata mereka tentang wanita agresif?"

Membuat saya *ilfil*. Dengan beraninya dia memagut bibir saya saat kencan pertama.

Risi saya dibuatnya. Saya suka memburu, bukan diburu.

Sebal saya dengan wanita yang obral peluk dan cium, padahal kenal juga baru semalam. Bukan seperti wanita baik-baik.

Senang-senang aja sih, selama tidak *annoying*. Jika sehari bisa menelepon 5 kali dan marah-marah jika tidak dilayani, itu mengganggu.

Gila deh! Dengan santai, dia mengajak saya one night stand. Zaman memang sudah berubah.

**Analisis :**

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*Membuat saya ilfil. Dengan beraninya dia memagut bibir saya saat kencan pertama*

*Sebal saya dengan wanita yang obral peluk dan cium*

*Risi saya dibuatnya. Saya suka memburu, bukan diburu*

*Jika sehari bisa menelepon 5 kali dan marah-marah jika tidak dilayani, itu mengganggu*

*Gila deh! Dengan santai, dia mengajak saya one night stand*

#### 2. *Object* :

Secara umum, agresif menyiratkan perilaku yang aktif. Ini berarti, perempuan yang agresif, aktif melakukan pendekatan terhadap lawan jenis. Karakteristik

agresif yang ada pada perempuan dan membuat laki-laki menjadi sebal, risi, *iffil*, merasa terganggu, diantaranya mencium, memeluk, mengajak berhubungan seks, 'memburu' laki-laki, menelepon dengan frekuensi sering atau berkali-kali.

### 3. *Interpretant* :

Implikasi dari budaya *patriarchat* di mana laki-laki selalu mendominasi, *powerful*, sehingga tidak menyukai perempuan yang berperilaku agresif lebih dominan dari laki-laki dalam suatu hubungan antarpribadi, terutama dalam soal mencium, memeluk, dan hal-hal intim lainnya.

Bentuk perhatian yang diekspresikan oleh perempuan, seperti menelepon justru dianggap sebagai suatu aktivitas yang dirasa mengganggu bagi laki-laki.

## 5.6 Femina edisi no. 23

### Tulisan no. 15 edisi no. 23 (Lampiran 6)

Judul : "Bukti cinta pria"

Sebagian besar pria memandang dukungan finansial, khususnya, sebagai ekspresi yang jelas atas cinta mereka. *Dr. Daphne Rose Kingma*, penulis buku *The Men We Never Knew* menyatakan, suami yang bangun setiap pagi, pergi bekerja demi menafkahi anak-istri adalah bukti mutlak perhatian dan cintanya kepada keluarga.

Itulah sebabnya mengapa pria merasa jengkel bila istrinya protes karena tak pernah lagi mengucapkan kata "*I love you*". Bagi pria, hal itu berarti segala yang telah mereka kerjakan dianggap tidak berarti. Karena mereka berharap, bekerja sepuluh jam sehari adalah pernyataan, "Saya mencintai anak istri".

### Analisis:

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*sebagian besar pria memandang dukungan finansial, sebagai ekspresi yang jelas atas cinta mereka*

## 2. *Object* :

Bukti cinta laki-laki terhadap anak dan istrinya ditekankan pada perilaku nonverbal, yaitu dengan memberi nafkah atau memberi dukungan finansial.

## 3. *Interpretant* :

Ungkapan cinta laki-laki diekspresikan dalam bentuk implisit, tidak diutarakan lewat kata-kata, yaitu melalui pemberian dukungan finansial.

**Ego laki-laki** tetap memegang peranan, karena itu laki-laki enggan mengutarakan secara terbuka perasaan cintanya terhadap pasangan.

Laki-laki yang oleh budaya, disosialisasikan dan diajarkan bagaimana menahan perasaan dan tidak mengumparnya ke publik, membuat ia tidak terbiasa mengungkapkan perasaan secara terbuka, khususnya kepada pasangan.

## Tulisan no. 16 edisi no. 23 (Lampiran 6)

Judul : "Yang membuat pria merasa bagaikan raja"

- Ketika anda **membuatnya tertawa**
- Ketika anda **memberinya kejutan** untuk menyenangkan hatinya
- Ketika anda **memujinya** sebagai kekasih yang hebat
- Saat promosi kerja dan ulang tahun
- Saat **dirinya 'jatuh'**, tapi anda **tetap di sisinya**, mengangkat semangatnya
- Saat anda **mengatakan bahwa ia membuat anda orgasme**

## Analisis :

### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*Ketika anda membuatnya tertawa*

*Ketika anda memberinya kejutan*

*Ketika anda memujinya*

*Saat dirinya 'jatuh', tapi anda tetap di sisinya, mengangkat semangatnya*

*Saat anda mengatakan bahwa ia membuat anda orgasme*

**2. Object :**

Kondisi yang membuat laki-laki merasa sebagai raja adalah suatu kondisi di mana laki-laki diperlakukan layaknya seorang raja, yang selalu diberi pujian, kejutan istimewa, tetap di sisinya dan menghiburnya saat laki-laki dalam kondisi labil, dan menyanjung laki-laki soal kehebatan seks yang ia lakukan.

**3. Interpretant :**

**Laki-laki menginginkan ungkapan perasaan yang ekspresif** yang tidak selalu harus diutarakan lewat kata-kata dan terutama yang dapat mengangkat egonya sebagai laki-laki.

**Dukungan yang bersifat deskriptif dari pasangan, dibutuhkan laki-laki** terutama saat ia sedang *down* saat menghadapi masalah.

Laki-laki yang identik dengan kuat, tegar, maskulin, ternyata dalam kondisi terburuknya, **tetap tergantung dan membutuhkan kehadiran perempuan** di sisinya untuk mengangkat semangatnya.

**5.7 Femina edisi no. 24**

**Tulisan no. 17 edisi no. 24 (Lampiran 7)**

Judul : "Pria juga rindu perlakuan romantis"!

Melihat pria memayungi pasangannya? Pasti komentar yang muncul di mulut anda, "beruntung ya dia, punya pacar romantis". Ya, anda sebagai wanita seringkali menuntut pria untuk memperlakukan pasangannya secara istimewa. Padahal, hal yang sama juga diinginkan pria, sayangnya sering tak terpikir di benak wanita pasangan. Kejutan apa yang harus anda siapkan untuknya?

**Ia akan bahagia jika tiba-tiba pasangannya memberikan kejutan seperti menjemputnya pulang kantor dengan dandanan istimewa.** *Barbara De Angelis, Ph.D.*, penulis buku *Secrets about Men Every Woman Should Know*, mengatakan bahwa wanita sering tak memperdulikan selera pria dalam

berpakaian. Karena itu, kenakanlah baju yang pernah dipujinya atau khusus ia hadiahkan untuk anda. Lepaskanlah dia dari rutinitas pekerjaan atau kengan biasa. Ajaklah ia berjalan-jalan menikmati keindahan sore di Kebun Raya Bogor atau mengunjungi tempat yang ia sukai. Pujilah kelebihan fisiknya, sambil memberikan sentuhan-sentuhan mesra. Jika demikian perlakuan anda, sudah pasti ia merasa seperti raja.

### **Analisis :**

#### **1. Sign : Simbol dalam bentuk kalimat**

Laki-laki akan bahagia jika tiba-tiba pasangannya memberikan kejutan seperti menjemputnya pulang kantor dengan dandanan istimewa. Karena itu, kenakanlah baju yang dipujinya atau khusus ia hadiahkan untuk anda. Lepaskanlah laki-laki pasangan anda dari rutinitas pekerjaan atau kengan biasa. Ajaklah laki-laki yang menjadi pasangan anda berjalan menikmati keindahan sore di Kebun Raya Bogor atau mengunjungi tempat yang ia sukai. Pujilah kelebihan fisiknya, sambil memberikan sentuhan-sentuhan mesra.

#### **2. Object :**

Perlakuan mesra yang diinginkan oleh laki-laki berupa memberi kejutan istimewa yang diwujudkan secara spontan oleh pasangannya. Kejutan yang dimaksud diantaranya meliputi perempuan mengenakan baju yang pasangannya berikan, melepaskan sejenak laki-laki pasangannya dari rutinitas sehari-hari, melakukan hal-hal yang "tak biasa", seperti jalan-jalan ke tempat yang belum pernah dikunjungi, dan lain-lain.

#### **3. Interpretant :**

**Laki-laki dependen** terhadap pasangannya **saat ia menginginkan perlakuan mesra dan romantis** secara spontan dari perempuan yang menjadi pasangannya.

Menyiratkan **kebutuhan laki-laki yang tidak jauh berbeda dari apa yang diinginkan oleh perempuan** yakni bahwa laki-laki pun menginginkan

**pasangannya untuk melakukan hal-hal yang mesra atau romantis secara spontan.**

Terdapat kesamaan, dalam hal ini, **terdapat kesamaan kebutuhan atau keinginan antara perempuan dengan laki-laki yang** menjadi pasangannya.

Selain kata *"I Love You"* atau kata-kata mesra lainnya, **ungkapan perasaan sayang lebih ditekankan pada perbuatan atau perilaku laki-laki terhadap pasangannya.**

Bertolak belakang dengan budaya patriarki bahwa laki-laki identik dengan dominan dalam suatu hubungan, menjadi **mahluk yang pasif karena tergantung** kepada perempuan pasangannya.

#### **Tulisan no. 18 edisi no. 24 (Lampiran 7)**

55 dari 100 pria menghargai pasangannya yang memiliki kegiatan sendiri. Tanpa harus melibatkan dirinya.

#### **Analisis :**

##### **1. Sign : Simbol dalam bentuk kalimat**

*Pria menghargai pasangannya yang memiliki kegiatan sendiri. Tanpa harus melibatkan dirinya*

##### **2. Object :**

Mandiri secara umum berarti tidak tergantung dengan orang lain. Kemandirian yang diinginkan dari laki-laki terhadap pasangannya merujuk pada kegiatan yang dimiliki dan dilakukan oleh perempuan, tanpa melibatkan laki-laki.

### 3. Interpretant :

Sifat egois laki-laki yang **tidak ingin pasangannya selalu ‘mengekor’** setiap saat.

**Dukungan laki-laki terhadap kemandirian perempuan menyiratkan** pula bahwa laki-laki berupaya mengubah stereotipe perempuan yang negatif (pasif, dependen, emosi yang labil, dan sebagainya).

### 5.8 *Femina* edisi no. 25

#### Tulisan no. 19 (Lampiran 8)

Judul : “Bersikap seperti ‘Ibu’ di hadapan pria ? Berbahaya!”

“Jangan lupa ambil *laundry* sebelum pulang”. Atau, “sudah berapa kali saya mengingatkan, jangan tinggalkan handuk kotor itu di lantai.” Bisa jadi kalimat-kalimat seperti itu rutin diucapkan oleh anda (kaum istri) kepada suami. Saat berbicara seperti itu, anda merasa menjadi dewi penyelamat, yang membuat hidupnya lebih mudah. Kenyataannya, anda menjerumuskan diri anda sendiri menjadi musuhnya. Menurut *Barbara De Angelis, Ph.D* penulis buku *Secrets About Men Every Woman Should Know*, **pria akan merasa dirinya tidak kompeten dan segera menarik diri dari sisi anda, jika anda bersikap seperti itu. Karena, ia menganggap diperlakukan seperti anak kecil.**

#### Analisis :

##### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*pria akan merasa dirinya tidak kompeten dan segera menarik diri dari sisi anda, jika anda bersikap seperti itu. Karena, ia menganggap diperlakukan seperti anak kecil*

##### 2. *Object* :

Kompeten tidaknya seorang laki-laki di hadapan pasangannya dalam budaya patriarki, merujuk pada mampu atau tidak laki-laki menunjukkan eksistensinya sebagai laki-laki dewasa, pemimpin

keluarga, dan juga sebagai pihak yang lebih dominan dalam keluarga atau atas perempuan pasangannya. Perlakuan seperti anak kecil yang ia terima dari pasangannya membuat laki-laki merasa tidak cukup kompeten dalam hubungannya tersebut.

### 3. *Interpretant* :

Laki-laki **tidak menyukai hal-hal yang dilakukan pasangannya, yang merujuk pada perilaku yang merendahkan martabatnya.**

Laki-laki juga **tidak menyukai pasangannya melakukan evaluasi terhadap dirinya** karena laki-laki akan menganggap dirinya menjadi tidak kompeten dengan segala evaluasi tersebut.

**Budaya *patriarchat* masih kental mendominasi pemikiran laki-laki.**

### Tulisan no. 20 edisi no. 25 (Lampiran 8)

Judul : "Pria anti bicara serius di malam hari ?"

Anda kecewa karena si dia menolak diajak bicara serius di malam hari ? Padahal anda sudah membujuknya dengan muka manis dan canda rayu, tapi tanggapannya tetap dingin dan kalimat terakhirnya, "sudah malam nih", sambil buru-buru membalikkan badan dan menutup matanya.

Menurut *Patrick Morley*, penulis buku *What Husbands Wish Their Wives Knew About Men*, pria menolak berbicara masalah emosional di malam hari, karena mereka merasa lemah kontrol di saat mereka merasa lelah. Jadi, penundaan menjadi siasat terbaiknya. Satu alasan lagi adalah mereka takut jam tidurnya terganggu, karena menurut mereka, wanita tak akan berhenti bicara sepanjang malam.

### Analisis :

#### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*pria menolak berbicara masalah emosional di malam hari, karena mereka merasa lemah kontrol di saat mereka merasa lelah. Jadi, penundaan menjadi siasat terbaiknya. Satu alasan lagi adalah mereka takut jam*

*tidurnya terganggu, karena menurut mereka, wanita tak akan berhenti bicara sepanjang malam*

2. **Object :**

Penolakan laki-laki untuk berbicara serius pada malam hari dengan pasangan, lebih dikarenakan ia tidak ingin terlihat lemah di hadapan perempuan pasangannya, mengingat saat malam hari, laki-laki merasa lemah kontrol, selain karena tidak ingin terganggu jadwal tidurnya.

3. **Interpretant :**

Sifat **egois laki-laki** terlihat dari jadwal tidur yang tidak mau diganggu, karena pembicaraan serius dengan pasangan.

Laki-laki yang identik dengan kuat dan tegar, **berupaya untuk tidak terlihat lemah** di hadapan pasangannya.

Laki-laki **menginginkan empati dari pasangannya**, agar lebih memahami kebiasaan laki-laki, terutama kebiasaan mereka saat malam hari yang hanya terfokus untuk istirahat.

## 5.9 *Femina* edisi no. 28

### Tulisan no. 21 (Lampiran 9)

Judul : "Ingin menaklukkan si pasif ? Ini kuncinya! "

- Berikan waktu untuk mendekam di 'guanya'. **Pria membutuhkan waktu sendiri untuk men-charge kembali energinya.** Jadi, jika ia ingin sendirian di hari sabtu atau minggu sore, biarkan saja!
- Tunjukkan minat pada hal yang disukainya. **Jangan sekali pun mengejek hobi atau kegiatan olahraganya.** Bahkan, jika ia mengajak ikut serta, cobalah untuk berpartisipasi.
- **Pujilah ia** di depan umum
- **Jalani kehidupan sendiri.**

## Analisis :

### 1. *Sign* : Simbol dalam bentuk kalimat

*Pria membutuhkan waktu sendiri untuk men-charge kembali energinya  
Jangan sekali pun mengejek hobi atau kegiatan olahraganya  
Pujilah ia  
Jalani kehidupan sendiri*

### 2. *Object* :

Bahwa bagi laki-laki, ada hal-hal tertentu yang perlu dilakukan oleh perempuan saat berhadapan dengan pasangannya, yang terkait erat dengan ego laki-laki dan tetap menunjukkan kemandirian seorang perempuan.

### 2. *Interpretant* :

Laki-laki yang memiliki **sifat yang egois, karena tidak mau *sharing*** dengan orang lain, bahkan pasangannya sekalipun.

Masih berkaitan dengan ego laki-laki, bahwa **laki-laki tidak ingin pasangannya 'mengekor' terus menerus.**

Laki-laki **mebutuhkan pasangannya bersikap empati** agar lebih memahami maksud dan keinginannya saat laki-laki ingin menyendiri sejenak.

Masih berkaitan dengan ego, **bahwa laki-laki tidak ingin pasangan melakukan tindakan yang bersifat evaluatif** terhadapnya.

**Laki-laki tidak terbuka dengan pasangannya** saat sedang bermasalah dan lebih memilih untuk menyelesaikannya sendiri.

## 5.10 Femina edisi no. 34

### Tulisan no. 22 (Lampiran 10)

Judul : "Pria pantang dinasehati"

Merasa frustrasi karena anda sudah menceritakan sedetail-detainya hari anda, dan ketika anda menanyakan bagaimana harinya, dengan singkat ia hanya menjawab : "ya, sama saja seperti hari kemarin!" Sungguh menyebalkan. *Deborah Tannen* penulis buku *I Only Say This Because I love You*, menyatakan bahwa **pria jarang menceritakan tentang hari mereka karena mereka tak ingin dinasehati, apalagi persoalan di meja kerja mereka.**

Menurut Deborah, pria menganggap menceritakan kembali masalah yang mengesalkan di kantor, akan membuat mereka kesal terus sepanjang hari. Mereka lebih suka meninggalkan sejenak masalah itu dan menikmati kebersamaan dengan anda, kekasih hatinya.

#### Analisis :

##### 1. **Sign** : Simbol dalam bentuk kalimat

*pria jarang menceritakan tentang hari mereka karena mereka tak ingin dinasehati, apalagi persoalan di meja kerja mereka*

##### 2. **Object** :

Laki-laki tidak terbuka tentang masalah mereka, lebih dikarenakan ketidaksukaan mereka dinasehati oleh pasangan.

##### 3. **Interpretant** :

Ketidakterbukaan laki-laki terhadap pasangan, terkait dengan ego mereka yang tinggi sehingga kurang bisa menerima nasehat, pemikiran ataupun pendapat orang lain.

Budaya patriarki yang mengasosiasikan laki-laki sebagai laki-laki yang kuat, independen, membuat **laki-laki tidak ingin terlihat dependen** terhadap pasangan.

Pemikiran laki-laki yang kental dengan konsep patriarki, membuat ia **tidak menyukai perilaku yang bersifat evaluatif yang dilakukan pasangannya.**

**Tulisan no. 23 edisi no. 34 (Lampiran 10)**

Judul : “Terbukakah anda soal finansial kepada pasangan?”

- Untuk apa? Selama status belum resmi, saya rasa **wanita tidak perlu ikut campur masalah pribadi saya** (44%)
- Ya, antara saya dan pasangan tak perlu ada yang ditutup-tutupi (32%)
- Sejujurnya saya **tidak suka berbagi cerita masalah keuangan dengan pasangan.** Jika ia memaksa, itu merupakan rapor merahnya di hadapan saya (18%)
- **Saya bukan orang bodoh. Masa saya akan menceritakan yang sesungguhnya** (6%)

**Analisis :**

1. **Sign** : **Simbol dalam bentuk kalimat**

*wanita tidak perlu ikut campur masalah pribadi saya  
saya (laki-laki) tidak suka berbagi cerita masalah keuangan  
dengan pasangan  
saya bukan orang bodoh. Masa saya akan menceritakan yang  
sesungguhnya*

2. **Object** :

Ketidakterbukaan laki-laki terhadap pasangan, khususnya mengenai urusan keuangan, karena pemikiran laki-laki yang menganggap bahwa urusan pribadi mereka bukan untuk *diutak-atik* oleh orang lain atau bukan untuk dicampuri sewenang-wenang oleh orang lain, termasuk pasangan sendiri .

### 3. *Interpretant* :

**Ego yang tinggi** menyebabkan laki-laki tidak ingin pasangannya mencampuri urusan pribadinya, termasuk dalam urusan keuangan.

Karena tidak ingin dicampuri maka, **ketidakterbukaan** pun terjadi antara laki-laki dengan pasangannya.

Lebih jauh menyiratkan pula bahwa, **laki-laki enggan untuk sharing** hal-hal tertentu, walaupun dengan pasangannya sendiri.

#### 5.11 *Femina* edisi no. 38

##### Tulisan no. 24 (Lampiran 11)

Judul : "Pria enggan dibanjiri sms"

Ternyata, cara pria menyikapi cinta berbeda dengan wanita. Jika wanita senang mendapat perhatian dan berkomunikasi dengan pasangannya, pria lebih menyukai cara yang lain. Menurut *John Gray*, penulis buku *Mars and Venus in Love*, ketika sedang dilanda cinta, pria memang awalnya mendekat, tetapi kemudian ia akan pelan-pelan menarik diri atau menjauh. Ungkapan 'jarak' membuat hati semakin "dekat" dengan tepat menggambarkan cara pria saat jatuh cinta. Dengan strategi maju-mundur, cinta pria tumbuh sedikit demi sedikit. Unik memang. Jadi, **ketika anda baru memulai hubungan dengan pria, lebih baik jangan membanjirinya dengan sms atau telepon, karena ia merasa terganggu. Biarkan ia merasa nyaman di 'gua'nya sejenak, sebelum ia 'merangkak' kembali ke pangkuan anda.**

**Analisis :**

**1. Sign : Simbol dalam bentuk kalimat**

*ketika anda baru memulai hubungan dengan pria, lebih baik jangan membanjirinya dengan sms atau telepon, karena ia merasa terganggu. Biarkan ia merasa nyaman di 'gua'nya sejenak*

**3. Object :**

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan perempuan dalam membina hubungan dengan pasangannya, terutama yang terkait dengan kebebasan laki-laki.

**3. Interpretant :**

Salah satu bentuk **ekspresi perasaan yang dilakukan oleh perempuan** melalui sms, justru **membuat laki-laki menarik diri atau bersikap defensif.**

Menyiratkan **ego laki-laki yang tinggi** dengan menjauh dan membiarkan pasangan menerka apa yang terjadi.

Menyiratkan **laki-laki dengan daya nalar tinggi (rasional)**, karena tak mau merasa terbebani atau terkekang karena cinta.

**Tulisan no. 25 edisi no.38 (Lampiran 11)**

Judul : "Pria suka berbohong?"

Benarkah pria si raja bohong? Tidak juga. Karena, hasil survei di Amerika Serikat menyatakan bahwa pria dan wanita 'duduk di kelas yang sama' dalam hal berbohong. Tapi, wanita mempunyai kemampuan lebih untuk mendeteksi kebohongan yang dilakukan oleh lawan jenisnya. *Allan dan Barbara Pease*, penulis *Why Men Lie and Women Cry*, menyatakan bahwa wanita sangat awas soal perbedaan gestur dan volume suara.

Perbedaan lainnya adalah pada alasan pria dan wanita berdusta. Wanita umumnya berdusta untuk membuat orang lain merasa nyaman,

itu, pria juga suka melebih-lebihkan keliaran mereka di masa muda. Mereka benci dianggap alim saat mereka masih berjaya”.

**Analisis :**

1. **Sign** : **Simbol dalam bentuk kalimat**

*Beda dengan pria. Mereka berbohong untuk mencegah adanya argumentasi. Selain itu, pria juga suka melebih-lebihkan keliaran mereka di masa muda. Mereka benci dianggap alim saat mereka masih berjaya*

2. **Object** :

Secara umum, berbohong mengindikasikan adanya sesuatu hal yang sengaja ditutupi agar tidak diketahui oleh orang lain. Kebohongan yang dilakukan oleh laki-laki terhadap pasangannya selain karena alasan menghindari argumentasi yang berkepanjangan dengan pasangan, ternyata kebohongan pun dilakukan untuk memperteguh identitas diri sebagai sosok yang maskulin.

3. **Interpretant** :

Laki-laki dalam budaya *patriarchat*, **tidak mau memperlihatkan kelemahan** dan tetap ingin terlihat dominan di hadapan pasangan.

**Keterbukaan seringkali dihindari** oleh laki-laki terhadap pasangan **dengan alasan untuk menghindari konflik atau argumentasi.**

**Tulisan no. 26 edisi no.38 (Lampiran 11)**

**Analisis :**

1. **Sign** : **Simbol dalam bentuk kalimat**

*Pria merasa tertindas ketika...*

*Dengan nada merendahkan, kekasih saya berkomentar, kamu tahu apa? di depan sahabat saya*

*Saat ia mengatur tingkah laku dan cara berpakaian saya*

*Dia menyepelkan kemampuan finansial saya. Saya memang bukan jutawan, tapi pantang bagi saya menyentuh harta miliknya.*

## **2. Object :**

Rasa tertindas muncul karena kekuasaan yang dominan. Ketertindasan laki-laki merujuk pada kekuasaan yang dimiliki pasangan untuk merendahkan martabat laki-laki di depan orang lain, mengatur perilaku laki-laki sampai ke cara berpakaian, serta meremehkan kemampuan finansialnya.

## **3. Interpretant :**

**Laki-laki sangat tidak menyukai perilaku yang bersifat evaluatif** yang dilakukan pasangan, meliputi merendahkan martabat, mengatur dalam berperilaku dan berpakaian, dan meremehkan kemampuannya dalam finansial, karena secara langsung **menunjukkan kelemahan laki-laki** di hadapan orang lain.

Di sisi lain, menyiratkan bahwa **tidak hanya laki-laki yang mampu mendominasi dalam suatu hubungan karena perempuan pun memiliki kekuasaan untuk mendominasi**, melakukan intervensi dalam kehidupan laki-laki.

## BAB VI

### INTERPRETASI DATA

Beerdasarkan hasil analisis, maka representasi efektivitas komunikasi antarpribadi pada hubungan yang intim, sebagaimana yang tersirat pada rubrik *Rahasia Pria* edisi Februari-Desember 2003, terdiri dari beberapa hal penting dan mendasar dalam komunikasi antarpribadi, yaitu: *self disclosure*. Dalam proses perkembangan hubungan antarpribadi khususnya pada hubungan yang intim, seringkali terjadi pertukaran informasi yang bersifat pribadi, baik pikiran, perasaan, kebutuhan pribadi, atau bahkan respons terhadap hubungan itu sendiri, antar individu yang membina hubungan tersebut, yang disebut dengan ***self disclosure* atau pengungkapan diri**. Dengan demikian, melakukan *self disclosure* berarti membantu meningkatkan pengetahuan tentang diri sendiri dan pasangan di mana semakin banyak informasi yang diketahui, maka efektivitas komunikasi antarpribadi, khususnya pada hubungan yang intim, dapat tercapai.

Namun, dari hasil pengamatan dan analisis terhadap rubrik "Rahasia Pria" ditemukan bahwa ***self disclosure* oleh laki-laki terhadap pasangannya sangat rendah**. Lebih jauh terungkap bahwa **penghindaran terhadap *self disclosure* dari laki-laki terhadap pasangannya terjadi karena ego yang tinggi, tidak ingin berkonfrontasi dengan pasangan, tidak ingin menyinggung atau menyakiti pasangan secara verbal, dan tidak ingin terlihat lemah di hadapan pasangannya**.

Terdapat topik-topik tertentu yang sengaja dihindari oleh laki-laki untuk dibicarakan lebih lanjut dengan pasangan seperti hal-hal yang sifatnya personal, meliputi: urusan pekerjaan dan finansial. Kedua hal tersebut seringkali dihindari laki-laki untuk dikomunikasikan secara gamblang dan terbuka dengan pasangan karena bagi laki-laki, pekerjaan dan keuangan merupakan urusan pribadi mereka yang tidak perlu melibatkan campur tangan pasangan. **Pengungkapan reaksi atas suatu pertanyaan yang diajukan perempuan pasangannya secara jujur dalam bentuk komentar juga dihindari oleh laki-laki, terutama hal-hal yang berkenaan dengan penampilan pasangan, ungkapan sayang secara eksplisit serta seputar masa lalu laki-laki.**

Jika mencermati sebab-sebab rendahnya pengungkapan diri di antara pasangan, bisa jadi masalah latar belakang budaya ikut membentuk pola interaksi di antara mereka, mengingat komunikasi dan budaya saling terkait satu sama lain. Sebagaimana konsep Hall mengenai konteks budaya tinggi (*high context culture*) dan konteks budaya rendah (*low context culture*) bahwa terdapat perbedaan perilaku individu dalam kedua konteks budaya tersebut. **Gaya komunikasi dengan pendekatan nonverbal dan pesan lebih berbentuk implisit** merupakan beberapa ciri dari **budaya konteks tinggi**. Karena masyarakat Indonesia dilihat dari sisi geografis dan budaya maka merupakan bagian dari masyarakat Timur yang berpijak pada budaya konteks tinggi. Asumsi ini diperkuat dengan penelitian dari isi rubrik *Rahasia Pria* bahwa **ketidakterbukaan laki-laki dalam mengekspresikan pikiran dan perasaan terhadap pasangan sendiri menandakan bahwa laki-laki berpijak pada budaya konteks tinggi**. Jika ada

keterbukaan, bersifat semu karena yang diungkapkan pun hanya tersamar, tidak jelas terlihat karena pesan diungkapkan dalam bentuk nonverbal sehingga dibutuhkan kepekaan pasangan untuk mengetahuinya. Implikasinya adalah akan sering terjadi salah persepsi terhadap isi komunikasinya ataupun terhadap perilaku pasangan, yang jika tidak dipahami secara lebih mendalam maka, komunikasi antarpribadi yang efektif antara laki-laki dan perempuan dalam suatu hubungan yang intim, sulit terwujud.

Di sisi lain, dari hasil analisis diketahui bahwa **ungkapan perasaan, yang berupa unek-unek, kritik, keluhan serta komentar yang bersifat evaluatif** yang diutarakan oleh perempuan terhadap laki-laki pasangannya, **seringkali mendatangkan masalah** daripada mewujudkan efektivitas komunikasi antarpribadi karena budaya patriarki yang masih kental mempengaruhi pola pikir masyarakat kita khususnya kaum laki-laki. Jika pasangan adalah seorang laki-laki memiliki pola pikir yang berpijak pada budaya patriarki, maka ungkapan atau ekspresi perasaan secara terbuka justru hanya akan 'mengancam' hubungan yang dimiliki. Tidak jarang pula, seseorang dalam hal ini laki-laki menyimpan rasa sebal, benci atau bahkan sakit hati terhadap keterbukaan pasangannya sendiri akibat kritik, keluhan, unek-unek atau komentar bersifat evaluatif tersebut.

**Untuk mencapai komunikasi yang efektif maka diperlukan** pengetahuan atau informasi yang sedetil-detilnya mengenai yang hal-hal apa saja yang disukai atau yang tidak disukai, bahkan **informasi tentang hal-hal diinginkan oleh pasangan**. Hal lain yang juga terungkap dari hasil analisis adalah bahwa **laki-laki memiliki beragam keinginan** yang diharapkan dapat dipenuhi oleh perempuan

pasangannya, yaitu: **bersikap empati terhadap laki-laki pasangannya, diantaranya dengan menjadi pendengar yang baik, lebih ekspresif dalam menunjukkan perasaan sayang, seperti dengan memberi kejutan istimewa, atau memberi sentuhan-sentuhan mesra, serta keinginan laki-laki untuk memiliki pasangan yang mandiri, yang tidak selalu tergantung atau memiliki kegiatan sendiri sehingga tidak selalu 'mengekor' laki-laki pasangannya.**

Selain mengetahui kebutuhan laki-laki, terungkap pula kelemahan yang melekat pada diri laki-laki, yaitu **sifat egois** yang dimiliki oleh laki-laki. Ego yang tinggi terkait dengan budaya patriarki, di mana ego laki-laki dominan dalam segala bentuk penguasaan oleh laki-laki, termasuk dalam hubungan antar pribadi yang intim. Berdasarkan hasil analisis data rubrik *Rahasia Pria* periode tahun 2003, secara garis besar, **ego dominan laki-laki antara lain meliputi: tidak menuntutnya melakukan hal-hal yang dapat "melemahkan" dirinya di hadapan pasangan seperti meminta maaf, tidak mengekang kebebasannya, keinginannya agar pasangan mengikuti pola berpikirnya; yang hanya bisa fokus pada satu hal, tidak ingin diusik oleh ketergantungan pasangan terhadap dirinya, dan tetap ingin terlihat dominan atau tidak mau dikalahkan oleh "kehebatan" pasangannya, terutama urusan pekerjaan, seks, juga urusan keuangan.**

Kelemahan lainnya yang tampak adalah bahwa **laki-laki yang identik dengan sosok independen, ternyata dalam kondisi tertentu, juga sangat tergantung atau dependen terhadap perempuan pasangannya, yaitu ketergantungan laki-laki pada ungkapan atau ekspresi perasaan sayang dari**

**pasangan dan dilakukan secara spontan terhadap diri laki-laki pasangannya sendiri, terutama saat laki-laki sedang dalam kondisi labil atau stres.**

Kelemahan lainnya yang tersirat dari hasil analisis adalah **ketidakberanian laki-laki terhadap pasangannya untuk face to face**, terutama dalam mengungkapkan keinginannya untuk menyudahi hubungan. Laki-laki yang diasosiasikan dengan sosok kuat, tegar, berani, ternyata untuk suatu situasi tertentu, malah lebih memilih menghindari pasangannya daripada berbicara apa adanya di hadapan pasangannya.

Media massa hadir dengan serangkaian peran dan fungsi yang menyertainya. Dikaitkan dengan salah satu fungsi media yaitu **fungsi surveillance** atau “pengawasan” terhadap apa yang terjadi di lingkungan, tersirat bahwa majalah *Femina* berupaya sebagai **social awareness**, dengan menampilkan secara rutin segala hal yang merupakan “rahasia pria”, karena dengan pengungkapan secara terbuka, individu, khususnya kaum perempuan yang sebelumnya tidak pernah mengetahui “rahasia pria”, menjadi tahu dan bertambah pengetahuannya tentang laki-laki pasangannya, sehingga diharapkan tercipta efektivitas komunikasi antarpribadi pada pasangan tersebut.

*Femina* pun bisa disebut sebagai **agen sosialisasi**. Maksudnya adalah rubrik “Rahasia Pria” yang terdapat di majalah *Femina*, adalah wahana atau tempat belajar mengenai sesuatu, tanpa kita harus mengalami secara langsung. Dengan sosialisasi yang dilakukan oleh *Femina* mengenai rahasia pria maka diharapkan dapat dimengerti sekaligus diterapkan oleh pihak-pihak yang terkait dalam suatu

hubungan antarpribadi yang intim sehingga efektivitas komunikasi antarpribadi dapat terwujud.

Analisis lainnya yang ditemukan, memiliki keterikatan dengan **studi gender** di mana laki-laki dan perempuan digambarkan sesuai dengan stereotipe gender masing-masing yakni bahwa **laki-laki sebagai pencari “nafkah keluarga” sehingga lebih banyak ditampilkan dalam wilayah publik**. Stereotipe lainnya yang berkaitan dengan laki-laki, yang ditampilkan dalam rubrik *Rahasia Pria* adalah **dominasi laki-laki di setiap aspek kehidupan**, termasuk dalam hubungan dengan pasangan yang meliputi: **berusaha dominan dalam mencari solusi saat pasangannya bermasalah, juga lebih memilih untuk berbohong terhadap pasangan demi menutupi kelemahannya**. Tapi, di sisi lain, dalam situasi tertentu, **laki-laki digambarkan dependen terhadap pasangannya, di antaranya saat mereka “jatuh”, mereka juga membutuhkan kehadiran pasangan di sisinya sebagai motivator semangat**. Hal ini tentu saja sama sekali berbeda dengan stigma yang telah berakar di masyarakat bahwa, laki-laki memiliki sifat independen.

## BAB VII

### KESIMPULAN

#### 7.1 Kesimpulan

Bahwa kebudayaan sedikit banyak ikut mempengaruhi perilaku individu. Segala yang merupakan “rahasia pria” di Indonesia, dibentuk oleh budaya Indonesia, yang merupakan budaya Timur yang lebih berpijak pada budaya konteks tinggi (*high context culture*), dan masih berada dalam lingkup budaya patriarki.

Salah satu yang terungkap dari “rahasia pria” adalah **ketidakterbukaan laki-laki** terhadap pasangan sendiri. Ketidakterbukaan pada hubungan yang intim dalam budaya *high context culture* di Indonesia diantaranya karena alasan: tidak ingin “melukai” hati pasangan, tidak ingin berargumentasi dengan pasangan, adanya anggapan bahwa suatu hal yang simpel tidak perlu diutarakan, dan karena adanya sifat egois yang melekat pada diri laki-laki.

Walaupun terdapat sedikit keterbukaan, tetap perlu diperhatikan bahwa **keterbukaan yang diterapkan secara frontal atau ekstrim oleh perempuan terhadap laki-laki pasangannya, justru dapat mengancam kelestarian hubungan** yang bersangkutan. Bagi laki-laki, ada hal-hal tertentu yang sangat sensitif karena berkaitan dengan ego mereka dan tidak boleh begitu saja “disentuh” lewat ungkapan yang bersifat kritik atau evaluatif.

Hal ini menggambarkan bahwa selama “rahasia pria” tidak terungkap, efektivitas komunikasi antarpribadi tidak akan pernah terjadi; karena apa yang menjadi kebutuhan, tuntutan, ataupun kelemahan laki-laki tidak pernah secara verbal diungkapkan. Ini berarti, **implikasi dari budaya patriarki yang melekat pada laki-laki, mengkondisikan laki-laki untuk menuntut pasangannya harus memahami perilaku-perilaku nonverbal yang ditujukan pada pasangannya, tanpa perlu secara eksplisit diutarakan.**

Lebih jauh yang terungkap adalah **stereotipe gender yang terkait dengan laki-laki ditampilkan makin beragam.** Laki-laki tidak hanya diasosiasikan sebagai sosok yang independen dan tegar. Kenyataannya, dalam situasi tertentu, laki-laki menunjukkan sikap yang berlawanan dengan stereotipe positifnya selama ini, yang sekaligus menunjukkan kelemahannya. Misalnya, dalam kondisi stres, laki-laki menjadi rapuh dan dependen terhadap pasangannya.

## **7.2 Saran**

Untuk menciptakan efektivitas komunikasi antarpribadi pada hubungan yang intim, bukan suatu hal yang mudah dan sederhana. Dibutuhkan pemahaman yang menyeluruh terhadap perilaku verbal maupun nonverbal dari pasangannya masing-masing. Diharapkan dengan pemahaman tersebut, serangkaian masalah dalam komunikasi karena kesalahpahaman dengan pasangan semaksimal mungkin dapat dihindari, dan hubungan pun akan menunjukkan perkembangan ke arah yang lebih positif.

## DAFTAR PUSTAKA

Bainar, Wacana Perempuan dalam Keindonesiaan dan Kemodernan, (Jakarta: PT. Pustaka CIDESINDO), 1998

*Beall, Anne E., Sternberg, Robert J., The Psychology of Gender, (New York: Guilford Press), 1993*

*Beechey, Veronica, On Patriarchy dalam Questions for Feminism: Unequal Work, (London: Verso), 1987*

*Berger, Arthur Asa, Media Analysis Techniques, terj., penerjemah: Setio Budi HH., (Yogyakarta: Universitas Atmajaya), 2000*

Bhasin, Kamla, Memahami Gender, terj., (Jakarta: Teplak Press), 2001

*Creedon, Pamela J., Women in Mass Communication; Challenging Gender Values, (Newbury Park California: Sage Publication, Inc)*

*Devito, Joseph A., Culture in Interpersonal Communication, dalam The Interpersonal Communication Book (New York: Longman), 2001*

Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media (Yogyakarta: LKiS), 2001

Fakih, Mansour, Analisis Gender dan Transformasi Sosial, (Yogyakarta: Pustaka pelajar), cetakan ke VI, November 2001

*Fisher, Aubrey, Adams Katherine L., Interpersonal Communication: Pragmatics of Human Relationships, 2<sup>nd</sup> ed., (Singapore: McGraw-Hill, Inc), 1994*

*Griffin, E.M., A First Look At Communication Theory", Fifth Edition (McGraw-Hill: New York), 2003*

Gray, John, Mars dan Venus Bersatu Selamanya: Ketrampilan-Ketrampilan Berhubungan Untuk Membina Cinta Abadi, penerjemah: T. Hurmaya, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 1997

*Gudykunst, William, Intercultural Communication Theory: Current Perspectives, (Beverly Hills, CA: Sage), 1984*

*Gullota, T.P., Adams, G.R., Today's Marriages and Families, (California: Brooks/Cole Publishing)*

*Humm, Maggie, Dictionary of Feminist Theory, (Ensiklopedia Feminisme), (Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru), Januari 2002*

Ihromi, T.O., *Kajian Wanita dalam Pembangunan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia), 1995

Junaedhi, Kurniawan, *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia: Kisah di Balik Pembuatan Majalah dan Romantiknya*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 1995

*Lull, James, "Culture in The Communication Age, (New Fetter Lane, London: Routledge)*

Liliwari, Alo, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* (Yogyakarta: LKiS), 2002

Liliwari, Alo, *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), Maret 2003

*Mcquail, Denis, Mass Communication Theory: An Introduction, 2<sup>nd</sup> edition, (London: Sage Publication), 1987*

Megawangi, Ratna, *Membiarkan Berbeda? Sudut Pandang Baru tentang Relasi Gender*, (Bandung: Mizan Pustaka), 1999

*Miles, Matthew B., Huberman Michael A., Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, penerjemah: Tjetjep Rohendi Rokidi, (Salemba: UI Press), 1992,

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 2000

Mulyana, Deddy *Ilmu Komunikasi; Suatu pengantar*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung), 2002

*Papalia D.E., et al., Human Development, 8<sup>th</sup> ed., (New York: McGraw-Hill Inc), 2001*

*Pease, Allan, Barbara, Why Men Don't Listen and Women Can't Read Maps, (Sideney: Pease Trainig International), 1999*

*Prager, K.J., The Psychology of Intimacy, (New York: Guilford Press), 1995*

*Reardon, Kathleen, Interpersonal Communication: Where Minds Meet, (Belmont, California: Wadsworth Publising), 1987*

*Richmond-Abbott, Marie, Masculine & Feminine, Gender Roles Over The Life Cycle", (New York: Mc.Graw-Hill, Inc), 1992*

Ruben, Brent D., *Communication and Human Behavior*, third edition, (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall), 1992

*Samovar, Larry A. & Porter, Richard E., Communication Between Cultures, (Balmont, CA: Wadsworth, Inc), 1991*

Santoso, Riyadi, *Semiotika Sosial: Pandangan Terhadap Bahasa*, (Surabaya: JP Press), Oktober 2003

*Scollon, Ron & Suzanne Wong, Intercultural Communication: A Discourse Approach, Oxford UK & Cambridge USA, 1995*

*Severin, Werner J., Tankard, James W., third edition., (New York: Longman), 1992*

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 2002

Sobur, Alex pengantar: Yasraf Amir Piliang, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 2003

Soemandoyo, Priyono, *Wacana Gender dan Layar Televisi*, (Yogyakarta: LP3Y, Ford Foundation), 1999

Subono, Nur Iman, *Feminisme Laki-Laki: Solusi Atau Persoalan*, (Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan), Oktober 2001

Sudjiman, Panuti, van Zoest, Aart, *Serba-Serbi Semiotika*, (Jakarta: penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama), 1992

Supratiknya, A., *Komunikasi Antarpribadi: Tinjauan Psikologis*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius), 1995

Sutarto, St., *Humanisme dan Kebebasan Pers: Menyambut 30 tahun Jakob Oetama* (Jakarta: Kompas), September 2001

*Tannen, Deborah, Bukan Itu Maksudku: Seni Berbicara antara Wanita dan Pria di Tempat Kerja*, penerjemah: Eva Yulia Nukman, (Qanita: Bandung), 2002

*Tubbs, Stewart L., Moss, Sylvia, Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*” terj., (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), 1996

#### **Situs Internet :**

Thompson, Douglas A., *Female Discourse Patterns*, <http://www.survey.ac.uk/ELI/thompsond.pdf>

*Sachs, Marilyn A., Male/Female Communication Style*  
<http://ohioline.osu.edu/hyg-act/5000/5280.html>.

**Modul Penelitian:**

Nasution, Zulkarimein, Modul Sosiologi Komunikasi Massa, (Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka), November 2002

**Skripsi:**

Pagiwati, Rosy Tri, Skripsi Teori *Self Disclosure* dalam Komunikasi Antarpribadi (Suatu Studi Terhadap Mahasiswa Mengenai Kecenderungan Perilaku Pengungkapan Diri), Depok, 1995

Leonora, Oinike, S., Skripsi Representasi Perempuan dalam Majalah Wanita (Studi Rubrik Tokoh Wanita di Majalah Femina), Depok, 2001

**Tesis:**

Liestyati, Dyah Chitraria, Thesis Kompetensi Komunikasi Antarpribadi Terhadap Akulturasi Kebudayaan: Sekilas Tinjauan Pola Interaksi Pramuwisata Indonesia dengan Wisatawan Jepang, Jakarta, 1997

**Majalah:**

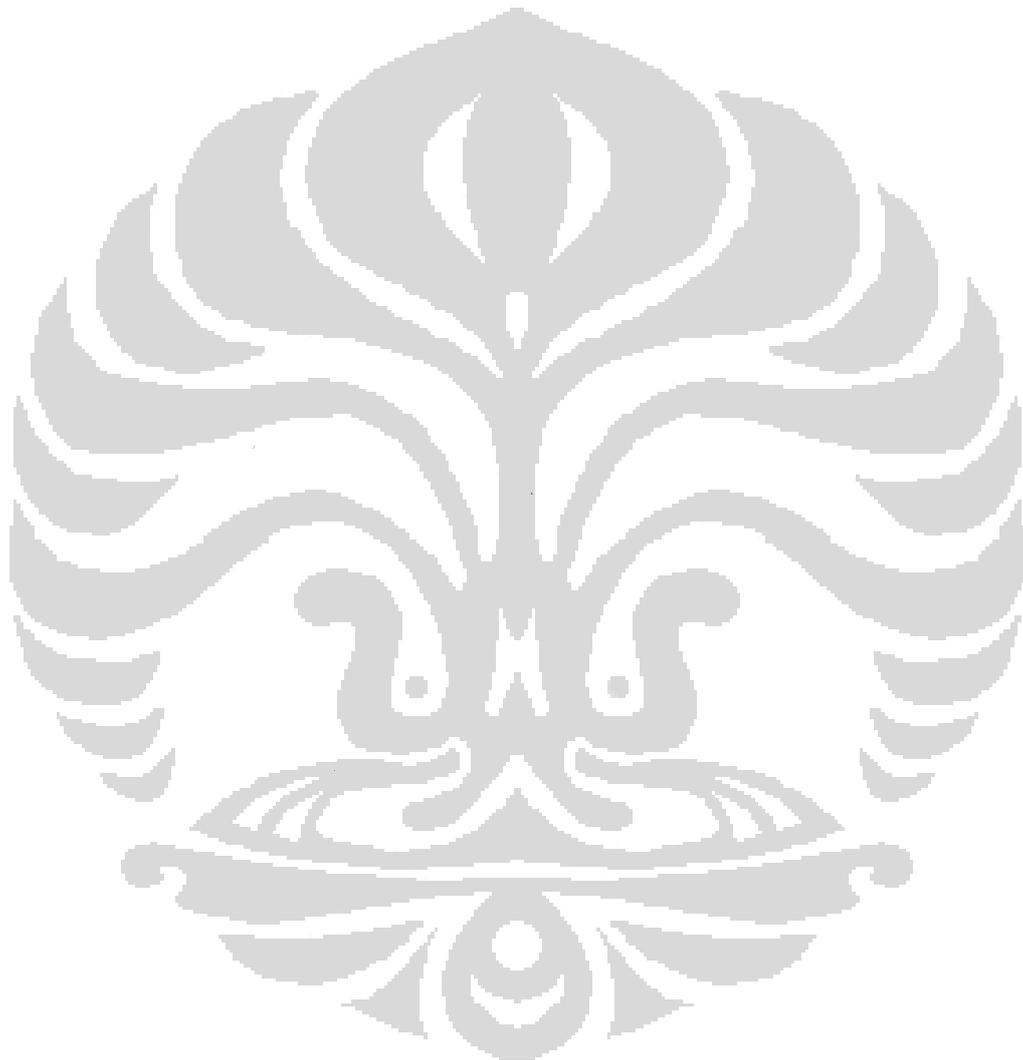
Majalah Cakram, Edisi Khusus no.03/2003

## LAMPIRAN

- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 8 (lampiran 1)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 10 (lampiran 2)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 13 (lampiran 3)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 18 (lampiran 4)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 20 (lampiran 5)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 23 (lampiran 6)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 24 (lampiran 7)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 25 (lampiran 8)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 28 (lampiran 9)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 34 (lampiran 10)
- Rubrik *Rahasia Pria* edisi no. 38 (lampiran 11)







# RAHASIA PRIA



**PRIA  
MURKIN  
DENGAN  
KATA MAAF?**

Bagi pria, mengucapkan, "I'm sorry," terhadap pasangan sama saja dengan melemparkan diri ke tempat yang tidak nyaman. Dalam bukunya, *Talking from 9 to 5* (Random House, 1998), Deborah Tannen menekankan bahwa pria mengasosiasikan kata maaf dengan posisi yang lemah. Pengakuan kata salah meruntuhkan ego pria yang dominan. Tapi, jangan langsung menuduh pria makhluk tak berperasaan. Karena, biasanya pria mengungkapkan rasa bersalahnya lewat bunga atau kejutan istimewa.

## PERTANYAAN YANG PALING ANDA BENCI DARI PASANGAN?

"Kapan saya dikenalkan kepada keluarga kamu?" Padahal, usia pacaran belum genap satu bulan. Langsung saya ambil langkah seribu. **Andi, 27**

"Saya kelihatan gemuk, ya?" Dijawab ya maupun tidak, dia akan cemberut juga. Akhirnya jadi *diem-dieman* sepanjang jalan. **Berry, 32**

"Sayang tidak sama saya?" Jelas, jika statusnya sudah menjadi pacar, saya punya perasaan yang istimewa untuknya. **Riza, 29**

"Cantikan mana, saya atau mantan pacar kamu?" *Duh...!* Herannya, setiap wanita hobi *banget* bertanya tentang mantan-mantan pacar pasangannya. **Heru, 34**

"Kamu *ngapain* saja dengan si A?" Astaga, padahal itu masa lalu saya. **Dimas, 26**



**45%**  
PRIA MENGALAMI  
ORGASME SETIAP  
BERHUBUNGAN INTIM  
DENGAN PASANGANNYA.

(Sumber: *Queendom.com*)

## PRIA MALAS BERTANYA

Hari sudah malam. Sementara Anda dan pasangan tersesat di daerah yang asing bagi Anda berdua. Herannya, dia tetap enggan membuka kaca mobil untuk menanyakan arah yang benar. Gemas, bukan? Melalui tesisnya, *Male/Female Communication Styles* (Ohio State University, 1999), Marilyn A Sachs menegaskan bahwa pria cenderung ingin menyelesaikan masalahnya sendiri, tanpa bantuan orang lain. Berbeda dengan wanita yang senang bekerja sama, pria lebih memilih untuk berkompetisi.

12% Nonton film sedih

16% Berita dukacita

16% Kecewa dengan  
diri sendiri

# JANGAN MENGELUH DI DEPAN PRIA

Apa yang dibenci pria dari wanita? Mengeluhkan hal-hal sepele. Wajar saja, ketika kecil pria dididik untuk menyembunyikan kelemahannya. Tegar dan memiliki kemampuan mengontrol emosi. Tidak mengherankan bila pria kurang memiliki rasa toleransi terhadap keluhan, apalagi regekan. Pria memiliki kebutuhan utama untuk menyelesaikan masalah dan mendapatkan solusi. Jika pasangannya mengeluh, ia merasa harus berperan untuk membantu. Berbeda dengan wanita, keluhan datang karena rasa tidak puas dan wanita suka berbagi duka kepada sahabat atau saudara. Nah, jika frekuensi keluhan pasangannya sangat tinggi, seorang pria merasa gagal membahagiakan pasangannya. Akibatnya, ia menarik diri dari kehidupan Anda.



**42%**  
pria Indonesia  
menganggap  
memutuskan  
cinta lewat SMS  
adalah wajar.

(Sumber: Asia Market Intelligence)

## DIA LUPA ULANG TAHUNKU

Sakit hati merasa dilupakan karena kekasih Anda tidak memberi selamat di hari ulang tahun atau suami lupa hari ulang tahun perkawinan? Lantas muncul praduga: 'si dia sudah *nggak* cinta' atau 'suami punya selingkuhan'. Bagaimana tidak? Sesibuk-sibuknya seorang wanita, ulang tahun pasangannya tentu tetap lekat di pikiran.

John Gray Ph.D., penulis *Making Peace with the Opposite Sex*, mengatakan bahwa wanita memprioritaskan keharmonisan hubungan. Sementara pria lebih memprioritaskan konteks kesuksesan suatu tujuan. Jadi, jika kebetulan pikiran si dia sedang tersita oleh pekerjaannya, hari ulang tahun atau janji membelikan Anda hadiah bisa saja terlupakan. "Bukan berarti ia tak perhatian, tapi perhatian pria hanya dapat terpeku pada satu fokus," tegas John Gray. Jadi, jangan igambek dulu...!

dian



**BAGIAN TUBUH  
WANITA YANG  
MEMBUAT PRIA  
TERGILA-GILA?**

Mata yang bercahaya. **35%**  
Bada indah. **35%**  
Bokong yang seksi. **6%**  
Rambu-rambu  
berkilau. **24%**

## KAPANKAH ANDA MENYADARI BAHWA SHE'S THE ONE?

Keluarga adalah hal terpenting buat saya. Melihat hubungan Dina, sangat dekat dengan orang tua saya, saya jadi yakin bahwa dialah yang terbaik untuk saya. Hendra, 25, lajang

Olla bisa membuat saya tersenyum ketika hati sedang galau. Satu hal yang tak pernah saya dapatkan dari wanita-wanita sebelum dirinya.

Dulu saya anti komitmen. Ironisnya, saya berharap bisa menikahi Olla 3 bulan mendatang. Alex, 28, lajang

Saya tidak takut tampil tidak sempurna di depan dirinya. Berani tampil awut-awutan bahkan menangis di depannya. *It never happened before!* Kiki, 27, lajang

Ketika saya hampir kehilangan dirinya. Kecelakaan yang menimpa Rina, membuat kesadaran saya tersentak, bahwa dialah yang teristimewa! Agung, 31, menikah

Pertama kali melihatnya. Padahal, ketika itu dia pacar orang lain, tapi saya yakin dialah yang akan mendampingi saya selama-selamanya. Ternyata, benar... Michael, 36, menikah

# AHASIA RIA



## MEMAHAMI SOLUSI ALA PRIA

anda sering tidak memahami bagaimana cara pria menyelesaikan persoalan? nyata, kaum pria memiliki cara khusus dalam mencari solusi atas masalah yang dihadapinya. Bila memungkinkan, Anda bisa menggunakan cara ini untuk menyelesaikan masalah Anda dengannya. Saling membenturkan pendapat. Memang bukan cara terbaik, tapi jika ini merupakan satu-satunya cara untuk menyelesaikan persoalan secara cepat, ia pasti mau mendengarkan Anda. Membagi tanggung jawab sesuai kemampuan. Misalnya, saat makan di restoran atau kafe, Anda bisa mengajukan diri untuk membayar minuman, dan biarkan dia membayar makanan. Sesekali biarkan dia menang. Setelah itu, baru sampaikan unek-unek Anda. Meski tidak setuju, jangan langsung kritik rencananya. Sekali-sekali boleh saja Anda bilang, "Saya kan sudah bilang sebelumnya," jika ternyata ia gagal. (Andy Petersen: *Love Gone Wrong*)

## AIR MATA TAK MELULUHKAN PRIA

James Dobson, penulis *Love Must Be Tough* menyatakan bahwa pria merasa terantui dengan teknik pengurangan wanita yang berbentuk kesedihan, kemarahan, dan rasa bersalah yang manipulatif. Memohon, meratap, memeluk tangan sama saja menghancurkan citra diri Anda di hadapannya. "Pria merasa terganggu dan menarik diri secara emosional dari wanita yang menuntut dan terlalu tergantung," tutur Naifeh dan Smith, penulis *Why Can't Men Open Up*. Saran mereka, jadilah wanita yang mandiri dan sukar ditangkap. Kenapa? Karena, pria 'si pemburu' akan berlari mengejanya.

## FANTASI SEKS MENDEBARKAN...

*Threesome*. Dengan 2 wanita cantik tentunya. Membayangkannya saja membuat saya terangsang. Erwino, 31

Bercinta di atas gedung tinggi dengan wanita yang saya cinta sambil memandang lautan bintang di angkasa. Hamparan lilin menjadi saksi kemesraan kami berdua. Baldy, 27

*Anal sex!* Yang terlarang memang selalu mendebarkan... Heru, 28

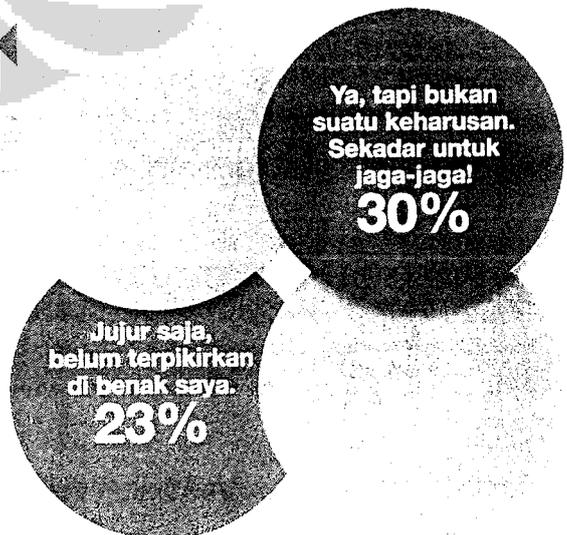
Bercinta sementara mata saya ditutup dan tangan terborgol. Berdebar-debar menunggu 'kejutan' si dia selanjutnya! Indra, 25

Bereksperimen dengan makanan, seperti *whipped cream*, buah ceri, *wine*, dan cokelat di atas perut indahnyaa. Yummy... Nalem, 30

## PERLUKAH MEMERIKSAKAN KESEHATAN ANDA & PASANGAN SEBELUM MENIKAH?

72% dari 100 pria mengalami kesulitan mencari hadiah untuk pasangannya.

(Survey Men's Health Magazine 2001)



JOY. MIL. FOTO: DOK FEMINA.

# RAHASIA PRIA



Sebagian besar pria memandang dukungan finansial, khususnya, sebagai ekspresi yang jelas atas cinta mereka.

Dr. Daphne Rose Kingma, penulis buku *The Men We Never Knew* menyatakan, suami yang bangun setiap pagi, pergi bekerja demi menafkahi anak-istri adalah bukti mutlak perhatian dan cintanya kepada keluarga. Itulah sebabnya mengapa pria merasa jengkel bila istrinya protes karena tak pernah lagi mengucapkan kata, "I love you." Bagi pria, hal itu berarti segala yang telah mereka kerjakan dianggap tidak berarti. Karena mereka berharap, bekerja sepuluh jam sehari adalah pernyataan, "Saya mencintai anak dan istri."



80% dari 100 pria senang bila pasangannya berpenampilan seksi jika sedang berduaan

(The Magic of Sex Survey 2002)

## KAPAN ANDA MINTA MAAF KEPADA PASANGAN?

Saya menghamili wanita lain dan harus menikahnya. Itulah pertama kalinya saya meminta maaf kepada wanita! Dendy, 31

Saya menyebut nama wanita lain ketika sedang bersedraan dengannya. Bastian, 30

Saat saya terlambat 3 jam menjemputnya di bandara. Padahal, dia datang khusus untuk merayakan 'hari jadi' kami. Jaka, 28

Setelah saya memukulnya. Itu yang pertama dan terakhir.... Banyu, 26

Ketika saya lupa mengucapkan selamat di hari ulang tahunnya. Maliki, 25

## MAMPUKAH ANDA BERHUBUNGAN JARAK JAUH?

Ya. Jika saya sudah mencintainya, saya akan setia menunggunya. 13%

Bisa saja. Tapi, jika sekali-sekali saya kencan dengan wanita lain, tak ada salahnya, dong! 33%

Bisa. Tapi, saya akan tetap setia. 33%

Tidak mungkin! Saya bagaikan bercinta dengan bayang-bayang. 21%



## YANG MEMBUAT PRIA MERASA BAGAIKAN RAJ

- Ketika Anda membuatnya tertawa.
- Ketika Anda memberikan kejutan untuk menyenangkan hatinya.
- Ketika Anda memujinya sebagai kekasih yang hebat.
- Saat promosi kerja dan ulang tahun.
- Saat dirinya 'jaruh', tapi Anda tetap di sisinya, mengangkat semangatnya.
- Saat Anda mengatakan bahwa ia membuat Anda orgasme.
- Saat Anda memihinya, walau banyak pria lain mengejar Anda.

(Sumber: *How to Romance The Man You Love. The Way He Wants You* Lucy Sanna)

15-21 Mei

## KRITIK DARI PASANGAN YANG MEMBUAT PRIA SAKIT HATI?

# PRIA TIDAK MEMPAN DISINDIR

Anda melampiaskan kekesalan kepada pasangan dengan cara menyindir? Misalnya, melalui lirik lagu, artikel majalah, ataupun cerita mengenai pasangan lain? Namun, sudah lima kali lagu 'wujud kekesalan' anda dipasang, *boro-boro* ia sadar dan menganalisis lirik lagu, hanya muka polos tak berdosa yang ditampilkannya. Kesal, bukan? Bob Berkowitz, penulis buku *What Men Won't tell You But Women Need to Know*, menyatakan bahwa wanita memiliki kecakapan khusus untuk menerima dan mengirim tanda-tanda, berbeda dengan pria. Katakan terus terang kepadanya hal yang mengganggu pikiran Anda. Karena, apa yang kelihatan jelas oleh Anda, sesungguhnya kabur bagi kaum pria. Wanita memberikan tanda layaknya orang membaca dengan keras dan jelas, sementara para pria harus mengejanya. Jadi, mereka tidak peka terhadap sindiran. Lebih baik sampaikan unek-unek Anda secara langsung.

44%  
Dibandingkan dengan kebaikan mantan kekasihnya.

6%  
Menyerang anggota keluarga atau sahabat karibnya.

22%  
Dianggap tidak kompeten dalam pekerjaan atau penghasilan.

28%  
Kemampuan seksnya dipertanyakan.



# 71 DARI 100 PRIA MENGAKU PUAS DENGAN UKURAN PAYUDARA PASANGANNYA.

(Durex Global Survey 2001)



YANG DIINGINKAN PRIA DARI WANITA

Dari hasil survei yang disebarkan kepada 1.000 orang pria, Thomas Whiteman, Ph.D., penulis *Men Who Love Too Little*, menyimpulkan bahwa pria menginginkan wanita:

- Bicara lebih sedikit.
- Minta bantuan lebih sedikit.
- Menunjukkan kemantapan emosional lebih banyak.
- Lebih logis.
- Tidak terlalu meresahkan penampilan fisiknya.
- Lebih cepat dalam mempersiapkan diri.
- Lebih menyukai olahraga.

## APA KATA MEREKA TENTANG WANITA AGRESIF?

Membuat saya *iffil*. Dengan beraninya dia memagut bibir saya saat kencan pertama. Mahesa, 28

Risi saya dibuatnya. Saya suka memburu, bukan diburu. Iman, 33

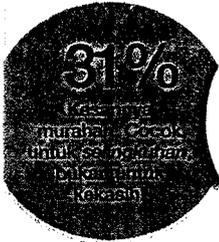
Sebal saya dengan wanita yang obral peluk dan cium, padahal kenal juga baru semalam. Bukan seperti wanita baik-baik. Mamat, 29

Senang-senang saja, *sih*, selama tidak *annoying*. Jika sehari bisa menelepon 5 kali dan marah-marah jika tidak dilayani, itu mengganggu. Aryo, 31

Gila, *deh!* Dengan santai dia mengajak saya *one night stand*. Zaman memang sudah berubah. Fely, 33

# RAHASIA PRIA

## WANITA YANG BERSEDIA CIUM BIBIR SEBELUM MENJADI KEKASIH?



11%  
Biasa saja. Selama saya yang memulai gerakan untuk memersainya.



37%  
Kenapa tidak? Asal jangan dia menganggap otomatis saya miliknya.

## PENTINGKAH KEPERAWANAN?

Untuk pacar, tidak masalah. Tapi, untuk istri, *sih*, inginnya yang perawan. Malaslah dapat piala bergilir. APRI, 29

Penting. Itu artinya, kemampuannya menjaga diri sungguh istimewa. Calon istri pilihan. ARDI, 31

Mendapat istri perawan ada kebanggaan tersendiri. Belum ada 'stempel' dari pria lain. BAGOES, 25

Saya, *sih*, tidak masalah perawan atau tidak. Asal pria yang pernah berhubungan dengan dia tidak banyak. ARKI, 28

Jika sudah cinta, masihkah penting keperawanan seorang calon istri? Rasanya tidak. WILLY, 32

## BAHASA BERBEDA PRIA DAN WANITA



Dua kutub yang berbeda, itulah pria dan wanita. Bahkan, dalam berkomunikasi sekalipun. **Thomas Whiteman**, penulis *Men Who Love Too Little*, mengatakan bahwa wanita lebih banyak menggunakan kata sifat dan kata benda, sementara pria mendominasi kata kerja. Bahkan, dalam penyusunan kalimat ada perbedaan mendasar. Pria tampaknya lebih tertarik dalam pergerakan atau aksi, sedangkan

wanita lebih terfokus pada keadaan psikologis.

Walau begitu, perbedaan jangan dijadikan alasan untuk 'bercerai'. Ya, memang Anda atau dia akan selalu menggunakan logat khas masing-masing. Tapi, kesabaran dan kemauan untuk saling memahami tetaplah kunci utama untuk membentuk komunikasi yang harmonis.



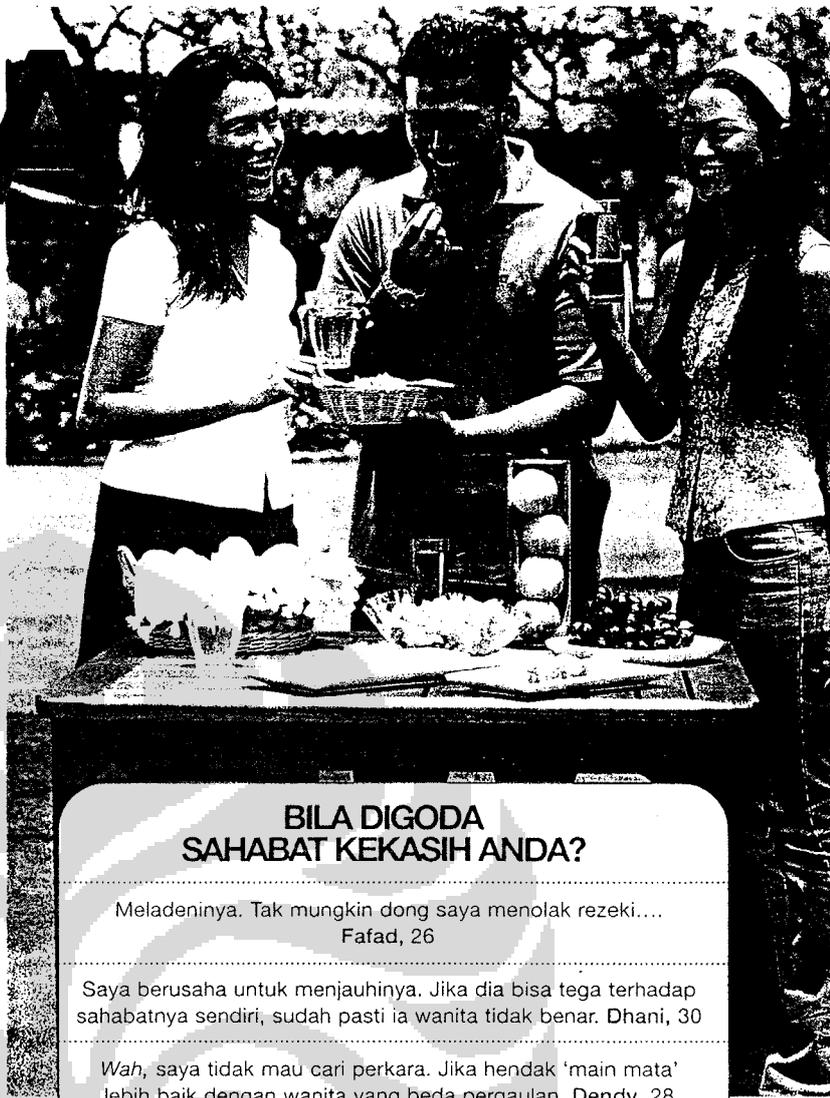
## PRIA JUGA RINDU PERLAKUAN ROMANTIS!

Melihat pria memayungi pasangannya? Pasti komentar yang muncul di mulut Anda, "Beruntung, ya, dia, punya pacar romantis." Ya, Anda sebagai wanita sering kali menuntut pria untuk memperlakukan pasangannya secara istimewa. Padahal, hal yang sama juga diinginkan pria, sayangnya sering tak terpikir di benak Anda. Kejutan apa yang harus Anda siapkan untuknya?

Ia akan bahagia jika tiba-tiba Anda memberikan kejutan seperti menjemputnya pulang kantor dengan dandanan istimewa. **Barbara De Angelis, Ph.D.**, penulis buku *Secrets about Men Every Woman Should Know*, mengatakan bahwa wanita sering tak mempedulikan selera pria dalam berpakaian. Karena itu, kenakanlah baju yang pernah dipujinya atau khusus ia hadiahkan untuk Anda. Lepaskan dia dari rutinitas pekerjaan atau kencana biasa. Ajaklah ia berjalan-jalan menikmati keindahan sore di Kebun Raya Bogor atau mengunjungi tempat yang ia sukai. Pujilah kelebihan fisiknya, sambil memberikan sentuhan-sentuhan mesra. Jika demikian perlakuan Anda, sudah pasti ia merasa seperti raja.

dari 100 pria menghargai pasangannya yang memiliki kegiatan sendiri. Tanpa harus melibatkan dirinya. (HASIL SURVEI DI AMERIKA DAN KANADA)

# RAHASIA PRIA



## BERSIKAP SEPERTI 'IBU' DI HADAPAN PRIA? BERBAHAYA!

"Jangan lupa ambil *laundry* sebelum pulang." Atau, "Sudah berapa kali saya peringatkan, jangan tinggalkan handuk kotor di lantai." Bisa jadi kalimat-kalimat seperti itu rutin Anda ucapkan kepada suami. Saat berbicara seperti itu Anda merasa menjadi dewi penyelamat, yang membuat hidupnya lebih mudah. Kenyataannya, Anda menjerumuskan diri Anda sendiri menjadi musuhnya. Menurut **Barbara De Angelis, Ph.D** penulis buku *Secrets About Men Every Woman Should Know*, pria akan merasa dirinya tidak kompeten dan segera menarik diri dari sisi Anda, jika Anda bersikap seperti itu. Karena, ia menganggap diperlakukan seperti anak kecil.

### BILA DIGODA SAHABAT KEKASIH ANDA?

Meladeninya. Tak mungkin dong saya menolak rezeki....  
Fafad, 26

Saya berusaha untuk menjauhinya. Jika dia bisa tega terhadap sahabatnya sendiri, sudah pasti ia wanita tidak benar. Dhani, 30

Wah, saya tidak mau cari perkara. Jika hendak 'main mata' lebih baik dengan wanita yang beda pergaulan. Dendy, 28

Saya tidak mau munafik. Jika si sahabat memang menarik, tak mungkin saya sok suci menjauhinya. Reno, 31

Menolaknyanya dengan tegas. Bermain api sudah tak cocok dengan usia saya. Maki, 33

dari 100 pria mengaku bekerja sekurang-kurangnya 10 jam perhari. (Sumber: Men's Health Indonesia 2002)

## PRIA ANTI BICARA SERIUS DI MALAM HARI?



Anda kecewa karena si dia menolak diajak bicara serius di malam hari? Padahal Anda sudah membujuknya dengan muka manis dan canda rayu, tapi tanggapannya tetap dingin dan kalimat terakhirnya, "Sudah malam nih," sambil buru-buru membalikkan badan dan menutup matanya.

Menurut **Patrick Morley**, penulis buku *What Husbands Wish Their Wives Knew About Men*, pria menolak berbicara masalah emosional di malam hari, karena mereka merasa lemah kontrol di saat mereka merasa lelah. Jadi, penundaan menjadi siasat terbaiknya. Satu alasan lagi adalah mereka takut jam tidurnya terganggu, karena menurut mereka, wanita tak akan berhenti bicara sepanjang malam.

### TPE MANAKAH YANG ANDA SUKAI?

Si *girl next door* yang tak banyak tingkah. **12%**

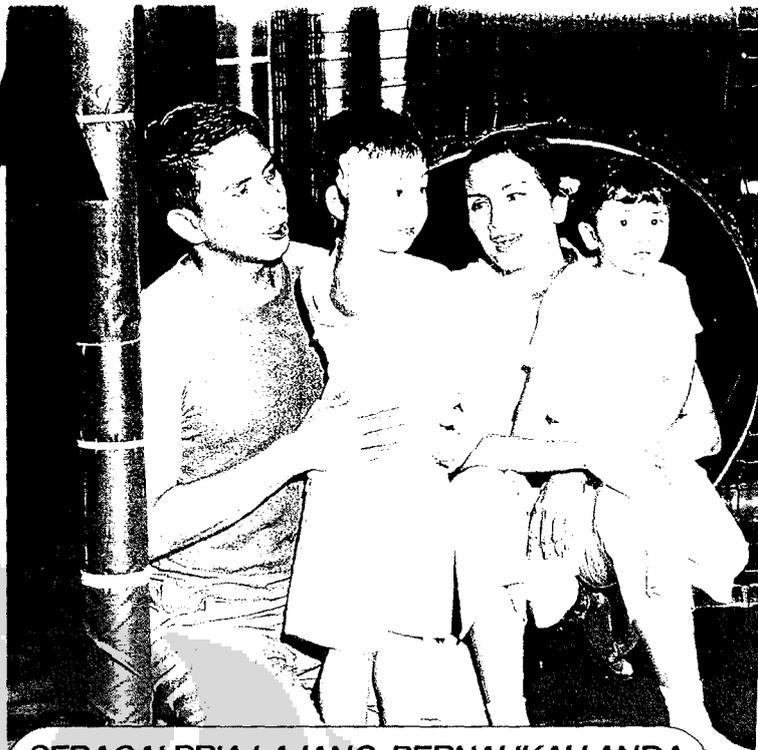
Si seksi yang selalu menggoda. **23%**

Si anggun yang berkelas. **36%**

Si intelektual dengan pembicaraan berisi **17%**

Si tomboy yang *cuek* dan selalu ceria. **12%**

# RAHASIA PRIA



## INGIN MENAKLUKKAN SI PASTA INI KUNCINYAL

- a. Berikan waktu untuk mendakam di 'gua' pria. Pria membutuhkan waktu sendiri untuk men-charge kembali energinya. Jadi, jika ia ingin sendirian di hari Sabtu atau Minggu sore, hentikan saja.
- b. Tunjukkan minat pada hal yang dia sukainya. Jangan sekali pun mengejek hobinya atau kegiatan olahraganya. Bahkan, jika ia mengajak Anda ikut serta, cobalah untuk berpartisipasi.
- c. Pujilah ia di depan umum.
- d. Dalam kehidupan Anda sendiri, jangan tunggu pria yang sedang ingin menyendiri.
- e. Lakukan apa yang membuat Anda bahagia.
- f. Sarankan ia untuk sesekali bergabung dengan lingkungan Anda.

## SEBAGAI PRIA LAJANG, PERNAHKAH ANDA BERHUBUNGAN DENGAN WANITA YANG TELAH MEMILIKI ANAK?

Pernah. Saya jadi bahan celaan sahabat-sahabat pria ketika terpaksa menemani dia ke *KidSport* bersama anaknya. Belum lagi omelan orang tua! Destin, 30

Ya, yang pertama dan terakhir. Melihat bayangan si ayah di muka putranya, membuat saya hilang *feeling*.... Hekal, 32

Pernah dan kini statusnya adalah istri saya. Bahkan, putrinya saya anggap anak saya sendiri.... Sunan, 32

Tidak pernah. Dengan wanita lajang saja sulit beradaptasi, bagaimana dengan janda? Bikin repot saja.... Indra, 27

Pernah. Tapi, saya ketakutan saat diajak menikah. Soalnya, terbayang biaya ekstra untuk membelikan mainan untuk anaknya. Agung, 28



Pria mengaku mengecup wanita pertama kali di bawah usia 15 tahun. (Gallup Survey 2002)

## 6 KESALAHAN TERBESAR WANITA DI HADAPAN PRIA

1. Memperlakukan pria layaknya anak kecil.
2. Selalu berkorban dan menempatkan dirinya setelah pria yang dicintainya.
3. Jatuh cinta pada 'kemampuan' si pria, bukan hatinya.
4. Menutup-nutupi keunggulan atau kemampuan dirinya, untuk menjaga perasaan si pria.
5. Tak punya pendapat dan menyerahkan semua pilihan pada pria.
6. Memiriskan lagak anak kecil untuk mendapatkan perhatian.

(Sumber: *Secrets About Men Every Woman Should Know*, Barbara de Angelis, Ph.D.)

Nggak masalah. Saya, *sih*, tetap bergaul dengan mereka.

Kasihlah, *sih*, cuma saya risi jika harus bergaul dengan mereka.

Saya anti pada mereka. Apalagi jika dia coba-coba genit pada saya.

Mendengar mereka saja bisa membuat saya mual. Bisa saya pukul jika dia macam-macam.

# RAHASIA PRIA



## BENARKAH ASTROLOGI BERPENGARUH PADA KARAKTER WANITA?

Benar. Dua kali saya tertipu oleh wanita Gemini. Mereka begitu pandai menebar pesona hingga saya terjat dalam racunnya. Dan ternyata, racun itu ia sebar rata ke lebih dari 5 orang pria....  
**MALIKI, 30**

*Absolutely.* Virgo. Sampai setahun, saya digantungnya. Dan ketika saya memutuskan untuk pergi, ia kembali sibuk menghubungi saya. Tapi, saya sudah lebih jago darinya.  
**ROBY, 27**

Ya! Pisces. Karena saya berbintang Pisces, jadi saya tahu persis sifat orang Pisces. **ARIO, 27**

*No doubt.* Gemini! Mereka memiliki kemampuan untuk membuat pria 'gila'. *A real player....* **DEWA, 29**

Ah, tidak juga. Saya pernah habis-habisan dipermainkan oleh wanita berbintang Capricorn. Tapi, kini saya menikahi wanita Capricorn yang sangat setia. **MARUL, 29**

## PRIA PANTANG DINASIHATI

Merasa frustrasi karena Anda sudah menceritakan sedetail-detailnya hari Anda, dan ketika Anda menanyakan bagaimana harinya, dengan singkat ia hanya menjawab, "Ya, sama seperti hari kemarin"? Sungguh menyebalkan. **Deborah Tannen**, penulis buku *I Only Say This Because I Love You*, menyatakan bahwa pria jarang menceritakan tentang hari mereka karena mereka tak ingin dinasihati. Apalagi persoalan di meja kerja mereka.

Menurut Deborah, pria menganggap menceritakan kembali masalah yang mengesalkan di kantor, akan membuat mereka kesal terus sepanjang hari. Mereka lebih suka meninggalkan sejenak masalah itu dan menikmati kebersamaan dengan Anda, kekasih hatinya.



Untuk apa? Selama status belum resmi, saya rasa wanita tidak perlu ikut campur masalah pribadi saya.

**44%**

Sejujurnya saya tidak suka berbagi cerita masalah keuangan dengan pasangan. Jika ia memaksa, itu merupakan rapor merahnya di hadapan saya

**18%**

Saya bukan orang bodoh. Masa saya akan menceritakan yang sesungguhnya.

**6%**

Ya, antara saya dan pasangan tak perlu ada yang ditutup-tutupi.

**32%**

\* HASIL SURVEI FEMINA PADA 50 PRIA USIA 25 - 35 TAHUN

## PRIA GENGSI UNTUK CURHAT

Beda dengan wanita yang dengan mudah curhat kepada teman wanitanya, pria gengsi untuk bercerita masalah pribadi dengan teman prianya. Memang kedengarannya aneh, tapi pria menganggap teman sejenaknya sebagai saingan dan ia merasa tidak nyaman menceritakan kelemahannya. **Heather Formani**, penulis *Man: The Darker Continent*, mengatakan bahwa pria lebih cenderung jadi teman wanitanya jika ia mempunyai masalah pribadi. Biasanya teman pria adalah tempat yang tak boleh ditukarkan untuk berbagi.

pria mengaku pernah melakukan *sex after lunch* saat istirahat kantor.

HASIL SURVEI DI AMERIKA SERIKAT TERHADAP 750 PRIA PADA TAHUN 2002

# RAHASIA PRIA

Ternyata, cara pria menyikapi cinta berbeda dengan wanita. Jika wanita senang mendapat perhatian dan berkomunikasi dengan pasangannya, pria lebih menyukai cara yang lain. Menurut John Gray, penulis buku *Mars and Venus in Love*, ketika sedang dilanda cinta, pria memang awalnya mendekat, tetapi kemudian ia akan pelan-pelan menarik diri atau menjauh. Ungkapan 'jarak membuat hati semakin dekat' dengan tepat menggambarkan cara pria saat jatuh cinta. Dengan strategi maju-mundur, cinta pria tumbuh sedikit demi sedikit. Unik memang. Jadi, ketika Anda baru memulai hubungan dengan pria, lebih baik jangan membanjirinya dengan SMS atau telepon, karena ia akan merasa terganggu. Biarkan ia merasa nyaman di 'gua'nya sejenak, sebelum ia 'merangkak' kembali ke pangkuan Anda.



## ANDA MENGAJAK PA...

*Of course not!*  
'Pasaran' bisa turun jika dia selalu di sebelah saya.  
15%

Tidak. Kadang-kadang saya lebih suka pergi sendiri. Mata bisa bebas 'bergerilya'.  
15%

Ya. Tapi, lega juga jika sesekali ia menolak!  
45%

Iya, dong. Pasti saya lebih happy dengan kehadirannya.  
25%

(\* HASIL SURVEI FEMINA TERHADAP PRIA)

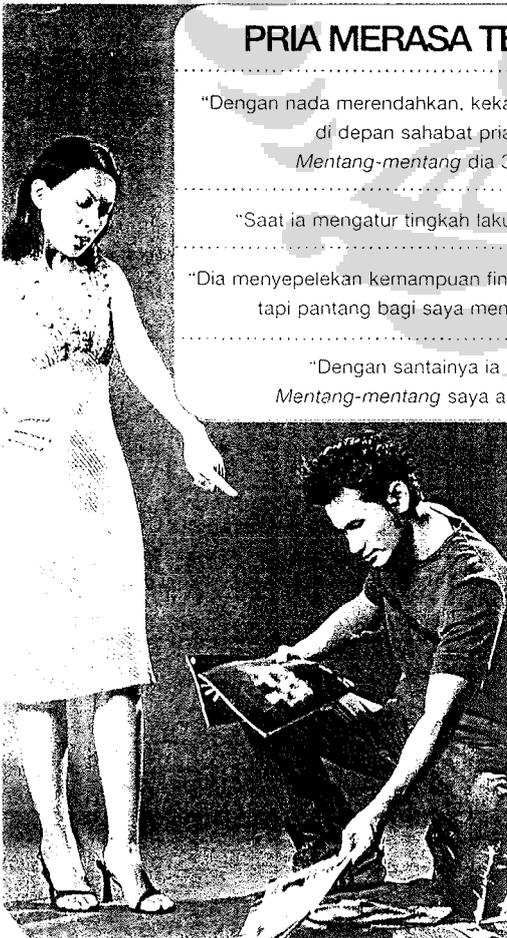
## PRIA MERASA TERTINDAS KETIKA....

"Dengan nada merendahkan, kekasih saya berkomentar, 'Kamu tahu apa?' di depan sahabat pria saya. Dan ini sering terjadi.  
*Mentang-mentang* dia 3 tahun lebih tua..." Dewo, 27

"Saat ia mengatur tingkah laku dan cara berpakaian saya." Uwi, 26

"Dia menyepelkan kemampuan finansial saya. Memang saya bukan jutawan, tapi pantang bagi saya menyentuh harta miliknya..." Dipo, 29

"Dengan santainya ia bermain mata di depan saya.  
*Mentang-mentang* saya anak buah bapaknya!" Senny, 30



pria mengaku pergi ke bar untuk menghilangkan stres.

(SURVEI DILAKUKAN OLEH UNIVERSITY OF LEEDS PADA 2002)

## PRIA SUKA BERBOHONG?

Benarkah pria si raja bohong? Tidak juga. Karena, hasil survei di Amerika Serikat menyatakan bahwa pria dan wanita 'duduk di kelas yang sama' dalam hal berbohong. Tapi, wanita mempunyai kemampuan lebih untuk mendeteksi kebohongan yang dilakukan oleh lawan jenisnya. Allan dan Barbara Pease, penulis *Why Men Lie and Women Cry*, menyatakan bahwa wanita sangat awas soal perbedaan gestur dan volume suara.

Perbedaan lainnya adalah pada alasan pria dan wanita berdonga. Wanita umumnya berdonga untuk membuat orang lain merasa nyaman, demi menjaga hubungan percintaan atau menjaga reputasi. "Beda dengan pria. Mereka berbohong untuk mencegah adanya argumentasi. Selain itu, pria juga suka melebih-lebihkan keharman mereka di masa muda. Mereka benak dianggap alim saat mereka masih berjaya," tambah Allan.