

BAB I

PENDAHULUAN

What is seen is fashion ... what is difficult to see is the engine that drives fashion, the industrial organization that produces it. And yet this is one of the most interesting and original aspects of fashion, an aspect that links up with the concrete plane that lies beyond its apparent frivolity and insubstantiability.

(G. Malossi, *The Style Engine*, dikutip oleh Norma Rantisi, *The designer in the city and the city in the designer*)

1.1 Latar Belakang Masalah

Chick lit Indonesia merupakan sebuah perkembangan penting dalam khasanah kesusastraan Indonesia. Dalam perkembangannya *chick lit* Indonesia telah menciptakan dunianya sendiri mulai dari penulis, pembaca, percetakan, pasar hingga melahirkan komunitas-komunitas penggemar yang fanatik. Perkembangan tersebut merupakan sebuah fenomena kebudayaan yang patut dibaca dan dicatat karena memperkaya pengalaman kesusastraan kita yang selama ini masih berkuat pada polemik seputar sastra dan masyarakat.

Sebagai sebuah artefak budaya, *chick lit* Indonesia merupakan sesuatu yang lahir dalam konteks ruang dan waktu tertentu. *Chick lit* Indonesia lahir dalam era industri kapitalisme seperti saat ini. Dalam hal ini *chick lit* Indonesia tidak dapat mengelakkan dirinya dari mekanisme yang berjalan dalam dunia industri penerbitan. Di sisi yang lain, *chick lit* Indonesia tidak dapat dilepaskan dari konteks globalisasi yang melingkupinya. Dalam artian bahwa *chick lit* Indonesia tidaklah dapat disebut sebagai murni/khas produk budaya Indonesia melainkan sesuatu yang berasal dari dan penuh dengan pengaruh dari budaya luar (global).

1.1.1 Sejarah *Chick lit* Indonesia

Sejarah *chick lit* berakar dari perkembangan karya sastra di Inggris. Lahirnya genre baru bernama *chick lit* ini dipelopori oleh novel *Bridget Jones's Diary* yang diterbitkan oleh Picador pada tahun 1996 yang ditulis oleh Helen Fielding. ABCNEWS melaporkan bahwa novel tersebut sempat meraup lebih dari \$ 71 juta

Dollar dari penjualannya. Kesuksesan novel tersebut juga diikuti oleh kesuksesan filmnya. Novel setebal 271 halaman itu memang merupakan sebuah fenomena baru yang belum pernah ada sebelumnya dalam khasanah sastra Inggris bahkan sastra dunia. Kesuksesan *Bridget Jones's Diary* tersebut kemudian diiringi dengan ratusan karya-karya yang lain dalam genre yang sama. Perkembangan *chick lit* setelah itu tidak bisa dilepaskan dari fenomena larisnya novel tersebut (Mochtar, 2008:1).

Masuknya *chick lit* ke Indonesia diawali dengan karya-karya terjemahan *chick lit* Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Beberapa karya terjemahan awal adalah empat judul pertama yang diterbitkan oleh Gramedia Pustaka Utama pada tahun 2003. Empat karya tersebut adalah *Buku harian Bridget Jones*, *Buku Harian sang calon Pengantin*, *Pengakuan si Gila Belanja*, dan *Jemima J*. Karya-karya tersebut mendapatkan sambutan yang sangat baik di pasar pembaca Indonesia. Hingga saat ini puluhan judul *chick lit* terjemahan mengisi rak-rak toko buku. Perkembangan tersebut disinyalir menjadi pemicu bagi perkembangan penulisan, penerbitan dan penjualan *chick lit* Indonesia ("Chick-Lit, *Kompas*, 17 April 2004, dikutip oleh Mochtar, 2008:13).

Lahirnya karya-karya awal *chick lit* Indonesia terjadi pada tahun 2004 dengan diterbitkannya *Cintapuccino* oleh GagasMedia, *Jodoh Monica* dan *Cewek Matre* oleh Gramedia Pustaka Utama (GPU). *Cintapuccino* ditulis oleh Icha Rahmanti sedangkan *Jodoh Monica* dan *Cewek Matre* ditulis oleh Alberthiene Endah. Pada tahun 2005 masih dengan penerbit yang sama, Icha Rahmawati menerbitkan *Beauty Case* dan Alberthiene Endah menerbitkan *Dicintai Jo*. Seperti halnya fenomena *chick lit* awal di Inggris, beberapa *chick lit* awal Indonesia tersebut juga mendapatkan respon yang sangat besar di pasar pembaca. Kesuksesan *chick lit* Indonesia generasi pertama tersebut diiringi dengan lahirnya penulis-penulis *chick lit* baru dan fenomena *booming chick lit* Indonesia di sekitar tahun 2004-2005an.

1.1.2 Definisi Operasional

Chick lit merupakan istilah informal (*slang*) dari kata *chick* yang berarti perempuan muda dan berkonotasi merendahkan (Webster dan Cambridge online) sedangkan *lit* adalah kependekan dari *literature* (www.askoxford.com) yang

berarti tulisan. *Chick lit*, oleh karena itu, dapat diartikan sebagai tulisan untuk perempuan muda dan memiliki konotasi bukan tulisan serius atau kanon melainkan tulisan populer. (dikutip oleh Mohtar, 2008:2). Secara akademis, *chick lit* belum mempunyai definisi yang tetap dalam ranah teori/kajian sastra. Hal ini dikarenakan sifat kebaruan yang dimilikinya dan masih terbatasnya kajian tentang *chick lit* itu sendiri.

Dengan demikian, definisi operasional ”*chick lit* Indonesia” yang dipakai untuk kepentingan penelitian ini adalah sebagai berikut:

chick lit Indonesia adalah nama fiksi populer yang ditulis oleh perempuan muda Indonesia yang bercerita tentang isu kehidupan sehari-hari perempuan lajang kelas menengah modern yang hidup di kota metropolitan di Indonesia. Pada awal kemunculannya pada tahun 2004-2005an, novel sejenis ini diberi label atau dipasarkan sebagai *chick lit*. Namun, seiring dinamika yang mengiringnya label *chick lit* tidak lagi ditulis dalam sampul (*cover*). Tokoh utama dalam *chick lit* Indonesia adalah perempuan lajang dengan rentang usia dua puluh hingga tiga puluhan awal yang berpendidikan, memiliki karakter, hidup dan bekerja di kota besar dengan latar masyarakat urban kontemporer.

1.1.3 Karakteristik *Chick lit* Indonesia

Chick lit Indonesia memiliki karakteristik yang membuatnya menarik dan mudah untuk dikenali. Pada *chick lit* Indonesia generasi pertama (2004-2005an), biasanya tertera tulisan kecil “Chick lit” di sampul depannya. Warna-warna yang digunakan biasanya adalah warna-warna yang mencolok (*candy color*). Di samping itu, ciri yang paling penting dari *chick lit* Indonesia adalah bahasa yang digunakan merupakan bahasa gaul, yaitu bahasa sehari-hari yang sering dipakai di kalangan anak muda. Secara lebih spesifik, konteks perkotaan sangat kental mewarnai tema-tema dalam *chick lit* Indonesia. Hal ini bisa dimengerti karena kebanyakan penulis dan pembaca *chick lit* Indonesia berasal dari kelas menengah ke atas perkotaan.

Latar belakang penulis *chick lit* Indonesia tersebut sangat terlihat dalam karya-karya *chick lit* Indonesia. Apalagi beberapa *chick lit* Indonesia merupakan adaptasi dari cerita-cerita dalam *diary* (buku harian). Jadi, dapat dikatakan bahwa seolah-olah isi dari novel-novel *chick lit* Indonesia adalah curahan hati yang sangat personal (curhat) para penulisnya. Namun, hal tersebut tidak mengurangi minat pembacanya. Justru hal tersebut yang membuat *chick lit* Indonesia diserb

para pembaca yang kebanyakan berasal dari golongan perempuan lajang kota. Mereka membutuhkan bacaan-bacaan ringan yang menghibur untuk mengisi waktu luang di sela-sela rutinitas kesibukan kerja.

Sebagaimana halnya produk dalam pengertian ekonomi industri maka sebuah produk budaya tidak dapat dilepaskan dari pelaku-pelaku di dalamnya, baik yang bertindak sebagai pencipta (*producer*) dan pengguna (*consumer*). Sistem produksi *chick lit* dengan demikian tidak dapat dilepaskan dari penerbit dan penulis sebagai produsen dan pembaca sebagai konsumen. Dengan demikian lahirnya *chick lit* Indonesia yang kemudian diiringi kesuksesan penjualannya tersebut sangat tergantung dengan proses produksi yang berlangsung di dalamnya. Dunia penerbitan dapat dikatakan sebagai ujung tombak atau aktor utama di balik fenomena *booming chick lit* Indonesia tersebut.

Beberapa penerbit di Indonesia yang dapat dicatat sebagai pelopor utama kelahiran *chick lit* Indonesia adalah Gramedia Pustaka Utama (GPU)¹, Grasindo², dan GagasMedia³. Terbitnya karya-karya awal *chick lit* terjemahan pada tahun 2003 dan *chick lit* Indonesia pada tahun 2004 tidak dapat dilepaskan dari ketiga penerbit tersebut, khususnya Gramedia Pustaka Utama (GPU) dan GagasMedia. Seperti yang sudah dicatat di awal tulisan, pada tahun 2004 Gramedia Pustaka Utama (GPU) menerbitkan *Jodoh Monica* dan *Cewek Matre* sedangkan

¹ Gramedia Pustaka Utama (GPU) merupakan salah satu anak usaha dari Kelompok Kompas Gramedia. GPU merupakan salah satu perusahaan penerbitan terbesar di Indonesia. GPU mulai menerbitkan buku sejak tahun 1974. Buku pertama yang diterbitkan adalah novel *Karmila*, karya Marga T. Sedangkan untuk buku non-fiksi pertama adalah *Hanya Satu Bumi*, yang ditulis oleh Barbara Ward dan René Dubois (diterbitkan bekerjasama dengan Yayasan Obor). Yang kemudian disusul oleh buku seri anak-anak pertama *Cerita dari Lima Benua*, dan kemudian seri-seri yang lain. Lebih lengkap lihat: <http://www.gramedia.com>.

² Gramedia Widiasarana Indonesia atau yang lebih dikenal dengan Grasindo adalah salah satu anak usaha dari Kelompok Kompas Gramedia. Grasindo didirikan pada tahun 1990 seiring dengan diluncurkannya Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional. Undang-undang tersebut membuka cakrawala baru di bidang pengembangan jasa peningkatan mutu pendidikan. Banyak pengusaha yang kemudian beralih ke industri penerbitan. Lebih lengkap lihat: <http://www.grasindo.co.id>.

³ GagasMedia merupakan penerbit dengan segmentasi utama fiksi populer untuk anak muda. GagasMedia merupakan perusahaan penerbitan yang berada di bawah payung Agromediagroup. Sedangkan Agromediagroup adalah perusahaan penerbitan buku di Indonesia yang di dalamnya -- sampai saat ini-- terdapat tigabelas penerbit dengan beragam tema yang diterbitkan. Ketigabelas penerbit itu antara lain: Agromedia Pustaka, KawanPustaka, Wahyumedia, Qultummedia, Demedia, Tanggapustaka, Gagasmedia, Transmedia Pustaka, Mediakita, Visimedia, Bukune, Indonesiatera, dan Gradien Mediatama. Lebih lengkap lihat dan <http://agromediagroup.com> dan <http://gagasmedia.net>

GagasMedia menerbitkan *Cintapuccino*. Sedangkan Grasindo kemudian menyusul di belakang dengan beberapa karya yang diterbitkannya antara lain *chick lit* karya Fira Basuki, salah satunya serial *Ms B*.

1.1.4 Penerbit GagasMedia sebagai Agen Produksi

Peran besar sistem penerbitan dalam proses produksi budaya *chick lit* Indonesia pantas dicatat sebagai faktor penting dalam perkembangan *chick lit* Indonesia, baik dalam hal penulisan, penerbitan maupun penjualannya. Salah satu penerbit yang patut dicatat dalam sejarah kelahiran dan perkembangan *chick lit* di Indonesia adalah GagasMedia. GagasMedia merupakan salah satu penerbit pertama Indonesia yang memproduksi *chick lit* di samping Gramedia Pustaka Utama (GPU). *Cintapuccino* yang ditulis Icha Rahmanti merupakan *chick lit* Indonesia pertama yang diterbitkan GagasMedia tahun 2004. Karya tersebut bahkan mengalami lebih dari sepuluh kali cetak ulang dan juga sempat dilayarlebarkan. Kesuksesan penjualan novelnya diikuti oleh kesuksesan filmnya. Tidak hanya memproduksi penulis-penulis *chick lit* Indonesia, GagasMedia juga menciptakan pasar pembacanya. Sehingga citra sebagai "Penerbit *Chick lit*" sulit dilepaskan dari GagasMedia. Dengan demikian, GagasMedia merupakan bagian penting dan tak terpisahkan dari sistem produksi budaya *chick lit* Indonesia. Beberapa pertimbangan tersebut merupakan alasan utama mengapa penelitian ini memilih penerbit GagasMedia sebagai sumber data utamanya.

Dengan melihat konteks sekilas keberadaan GagasMedia tersebut, penelitian ini berupaya menulis proses produksi *chick lit* Indonesia di dalamnya. Sebuah produk budaya, sebagaimana halnya *chick lit* Indonesia, tidak lahir dari sebuah ruang hampa. Ia dilahirkan dalam sebuah masyarakat tertentu oleh orang-orang tertentu dan untuk suatu (atau beberapa) kepentingan tertentu. Di dalam setiap proses produksi selalu diandaikan adanya imajinasi, idealisasi, kompromi, revisi dan negosiasi. Dengan kata lain, selalu terdapat proses "hitung-hitungan" dalam produksi *chick lit* Indonesia oleh para pelaku produksi di dalamnya.

Relasi antar pelaku dalam proses produksi sebuah budaya sangat menentukan produk yang dihasilkannya. Di dalam produksi *chick lit* Indonesia, misalnya,

hubungan antara penerbit dengan penulis dan pembaca merupakan hubungan yang tak terpisahkan. Lingkaran relasi di antara pihak-pihak tersebut tidak dapat diputus di satu pihak. Hal ini dikarenakan *chick lit* Indonesia tidak hanya sebuah benda budaya (*cultural artefact*) melainkan ia adalah sebuah produk industri (*industrial product*) yang dihasilkan oleh sebuah mekanisme industri budaya (*cultural industry*). Di dalam hukum industri, produksi tidak terlepas dari kebutuhan terhadap konsumsi. Dalam hal *chick lit* Indonesia, apa yang diproduksi oleh penerbit tidak dapat terlepas dari apa yang dibutuhkan oleh para pembaca. Demikian juga hubungan antara penerbit dan penulis. Semua pihak di dalam produksi saling bernegosiasi satu sama lain. Oleh karena itu, sebuah benda budaya selalu merupakan sebuah situs dimana negosiasi antar pelaku produksi berjalan di dalamnya.

1.1.5 Penelitian Terdahulu

Jenny Mochtar dalam disertasi berjudul *Membaca Ideologi Jender dalam Chick lit Inggris dan Indonesia* (2008) menunjukkan kaitan yang erat antara *chick lit* dan ideologi jender yang ditampilkan di dalam *chick lit*, baik *chick lit* Indonesia maupun *chick lit* Inggris. Sumber data disertasi tersebut adalah lima *chick lit* Indonesia yang ditulis oleh dua penulis yang berbeda dan dua *chick lit* Inggris juga dengan penulis yang berbeda⁴. Disertasi tersebut tidak membahas secara khusus tentang produksi *chick lit* Indonesia. Namun demikian, penelitian tersebut memberikan kontribusi yang besar dalam kajian tentang relasi antara *chick lit* dan ideologi, khususnya ideologi jender. Melalui perbandingan antara *chick lit* Indonesia dan Inggris, penulis menguak konstruksi ideologi jender yang bermain di dalam *chick lit*.

Di bagian akhir disertasi, Mochtar (2008:164) sampai pada kesimpulan "bahwa *chick lit* Indonesia lahir dari meniru *chick lit* Inggris merupakan fakta yang tak dapat dipungkiri". Walaupun demikian, "jiwa" dari *chick lit* Inggris yang dipenuhi oleh semangat feminisme tidak dapat ditemukan dalam *chick lit*

⁴ Ketujuh *chick lit* tersebut adalah *Cintapuccino* (Icha Rahmanti, GagasMedia, 2004), *Beauty Case* (Icha Rahmanti, GagasMedia, 2005), *Jodoh Monica* (Alberthiene Endah, Gramedia, 2004), *Cewek Matre* (Alberthiene Endah, Gramedia, 2004), *Dicintai Jo* (Alberthiene Endah, Gramedia, 2005), *Bridget Jones's Diary* (Helen Fielding, Picador, 1996) dan *Confessions of a Shopaholic* (Sophie Kinsella, Dell, 2001).

Indonesia yang masih memegang teguh ideologi jender dengan tradisi patriarki yang kuat. Mochtar menambahkan bahwa absennya nilai-nilai feminisme tersebut dapat saja dilakukan dengan sengaja oleh penulisnya mengingat bahwa ada beberapa wacana feminis yang selalu "dibungkam" dan tidak dikembangkan menjadi wacana yang berpihak pada perempuan. Mochtar mensinyalir bahwa kesengajaan tersebut dapat saja disebabkan oleh pesanan penerbit dan tuntutan pasar yang dianggap belum siap, atau sebagai usaha untuk mempertahankan budaya lokal dalam meresistensi budaya global.

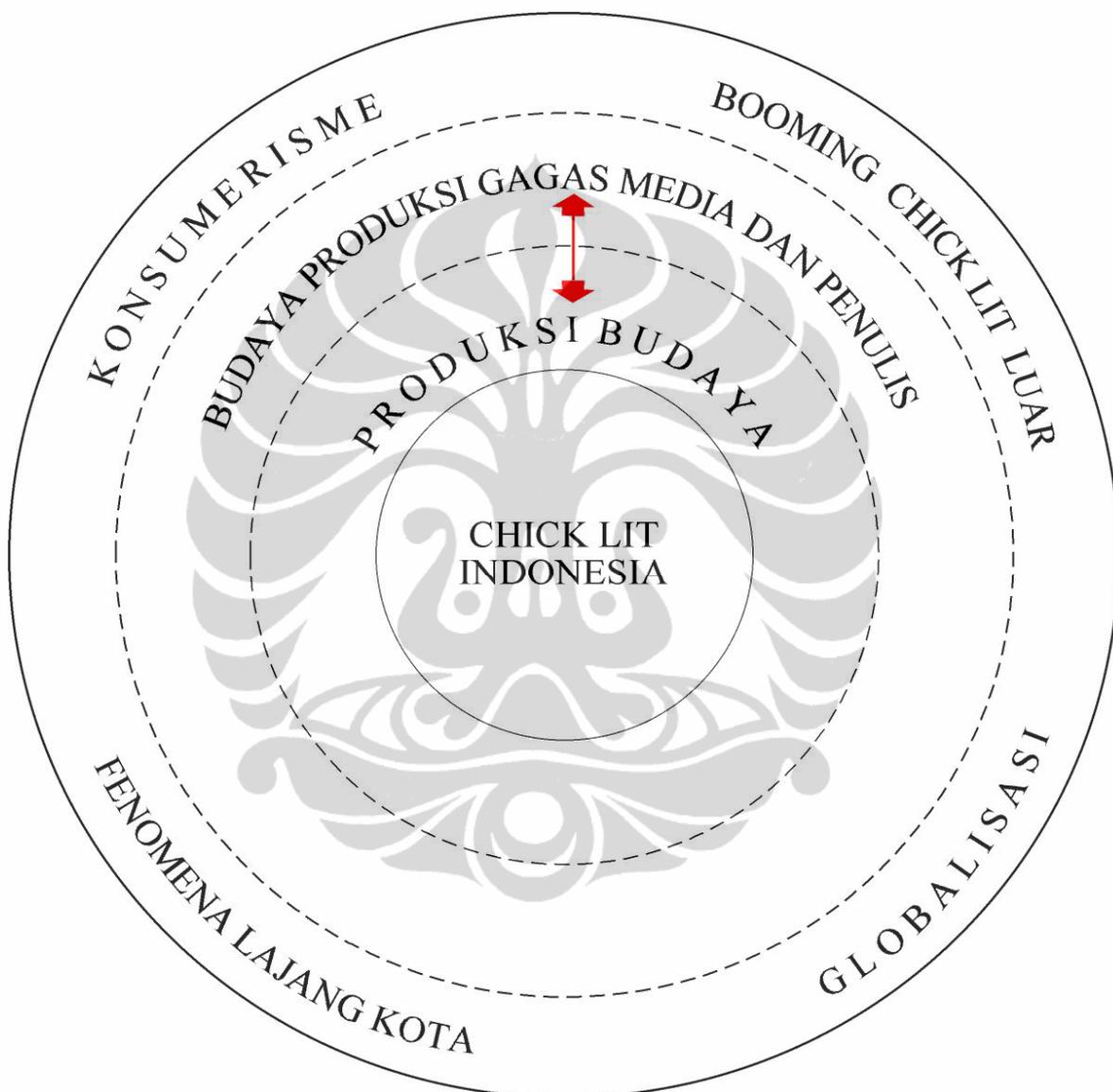
Pada titik tersebut, penelitian ini mendapatkan pijakan pertanyaan mengenai peran aspek-aspek nilai dan ideologi para pelaku produksi (dalam hal ini penerbit dan penulis) dalam proses produksi *chick lit* Indonesia—yang dinyatakan oleh Jenny Mochtar dalam disertasinya sebagai "absen ideologi". Disertasi Jenny Mochtar tersebut dapat dikatakan sebagai penelitian paling awal di Indonesia mengenai *chick lit*, khususnya *chick lit* Indonesia. Keawalan penelitian tersebut terletak dalam analisis isi (*content*), dalam hal ini perbandingan pembacaan ideologi jender dalam *chick lit* Inggris dan *chick lit* Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji melalui perspektif yang belum tersentuh dalam penelitian tersebut, yaitu produksi budaya *chick lit* Indonesia.

1.1.6 Skema Produksi *Chick lit* Indonesia

Skema di bawah ini berusaha menunjukkan dengan tepat dimana posisi produksi *chick lit* Indonesia dalam penelitian ini. Produksi *chick lit* Indonesia tidak dapat dilepaskan dari konteks produksi yang melatarbelakanginya. Beberapa konteks produksi tersebut dapat disebutkan sebagai berikut: *booming chick lit* terjemahan, konsumerisme, budaya/gaya hidup urban-mal, 'selebritisasi' perempuan penulis, fenomena lajang kota, globalisasi dan glokalisasi, dan sebagainya. Konteks produksi tersebut sangat berperan dalam produksi *chick lit* Indonesia.

GagasMedia merupakan salah satu penerbit yang memelopori produksi *chick lit* Indonesia. Namun demikian, *chick lit* Indonesia merupakan salah satu produk GagasMedia selain produk genre fiksi populer yang lain dan karya-karya non-fiksi. GagasMedia juga bukanlah satu-satunya penerbit yang memproduksi *chick*

lit Indonesia. Beberapa penerbit lain juga memproduksi *chick lit* Indonesia, antara lain Gramedia Pustaka Utama (GPU) dan Grasindo. Penelitian ini, dengan demikian, memfokuskan dirinya di dalam produksi *chick lit* Indonesia di penerbit GagasMedia.



Keterangan  Garis Artikulasi

Gambar 1. Skema Lingkaran Produksi *Chick Lit* Indonesia

Produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia tersebut tidak akan berjalan tanpa adanya penulis. Penulis *chick lit* Indonesia merupakan salah satu pelaku utama produksi *chick lit* Indonesia selain penerbit (dalam hal ini GagasMedia). Penulis dengan latar belakang kehidupan sosial maupun pribadinya yang khas sangat berperan dalam mewujudkan bentuk produk budaya bernama *chick lit* Indonesia tersebut. Dengan demikian, keberadaan penulis sebagai pelaku utama produksi *chick lit* Indonesia dapat dikatakan sebagai sama pentingnya dengan keberadaan penerbit dalam hal-hal membawa budaya produksi yang sangat bersifat khas. .

Produksi sebuah benda budaya (*cultural artefact*) tidak dapat dilepaskan dari dua konsep yang mendasarinya, yaitu konsep budaya produksi (*cultures of production*) dan produksi budaya (*production of culture*). Produksi *chick lit* Indonesia, dengan demikian, juga tidak dapat dilepaskan dari dua konsep tersebut. Budaya produksi (*cultures of production*) berkaitan dengan gaya hidup (*ways of life*)—nilai-nilai, cara pandang atau ideologi—yang melingkupi agen produksi *chick lit* Indonesia. Dalam hal ini, agen produksi yang dimaksud adalah penerbit GagasMedia (dengan semua struktur di dalamnya) dan penulis *chick lit* Indonesia. Sedangkan produksi budaya (*production of culture*) merupakan segala hal yang berkaitan dengan proses produksi *chick lit* Indonesia tersebut, baik secara teknis (*technically*) maupun secara kultural (*culturally*). (Tentang kedua konsep tersebut lebih lanjut lihat Bab Landasan Pemikiran).

Seperti yang telah digambarkan dalam skema di atas, hubungan antara budaya produksi dan produksi budaya bukanlah hubungan yang dapat dipisah-pisahkan secara tegas melainkan hubungan yang saling tumpang tindih. Dalam skema di atas, hubungan keduanya disimbolkan dengan menggunakan batas "titik-titik terputus" yang menyimpulkan hubungan yang saling pengaruh-mempengaruhi. Hubungan yang saling tumpang tindih dan saling mempengaruhi tersebut dinamakan dengan Artikulasi. Dengan demikian, dalam momen produksi sendiri—dalam hal ini produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia—telah terjadi artikulasi antara budaya produksi dan produksi budaya di dalamnya. Dalam konteks yang lebih luas, artikulasi juga terjadi antara produksi sebagai sebuah momen dengan momen-momen lainnya dalam *Circuit of Culture*, antara lain: regulasi, konsumsi, representasi dan identitas. (Lebih lengkap dalam Bab Landasan Pemikiran)

1.2. Permasalahan

Berdasarkan skema lingkaran di atas, penelitian ini berusaha menemukan budaya produksi dan perannya dalam produksi budaya *chick lit* Indonesia di GagasMedia. Pertama, sejauh mana budaya produksi (aspek nilai-nilai dan ideologis) yang melingkupi agen produksi—baik GagasMedia maupun penulis—dan perannya terartikulasikan dalam produksi *chick lit* Indonesia. Hal tersebut akan menunjukkan sejauh mana keadaan saling pengaruh-mempengaruhi antara penerbit dan penulis di dalamnya. Kedua, bagaimanakah produksi *chick lit* Indonesia di penerbit GagasMedia melalui artikulasi makna yang terjadi di dalamnya. Dalam hal ini, bagaimanakah *chick lit* Indonesia (sebagai produk industri) diproduksi secara budaya (*culturally*) dan bagaimana *chick lit* Indonesia (sebagai benda budaya) diproduksi secara teknis (*technically*). Oleh karena itu, dua pertanyaan penelitian yang ingin dijawab oleh penelitian ini berbunyi sebagai berikut: 1) bagaimanakah budaya produksi (nilai-nilai dan ideologi) dan perannya terartikulasikan dalam produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia?, dan 2) bagaimanakah artikulasi makna terjadi dalam proses produksi budaya *chick lit* Indonesia di GagasMedia?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) menunjukkan tentang artikulasi makna yang terjadi dalam budaya produksi (nilai-nilai dan ideologi) dan perannya dalam produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia, dan 2) menunjukkan tentang artikulasi makna yang terjadi dalam proses produksi budaya *chick lit* Indonesia di GagasMedia.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah proses produksi *chick lit* Indonesia di penerbit GagasMedia. Analisis makna akan dikaitkan untuk membaca budaya produksi (nilai-nilai dan ideologi) dan perannya dalam produksi tersebut dan menemukan artikulasi makna yang terjadi di dalam produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia.

1.5 Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan *Cultural Studies* untuk penelitian produksi budaya (*cultural production research*). Davis dalam Pickering (2008:53) menyatakan bahwa ada tiga pendekatan (*approach*) dalam *Cultural Studies* untuk penelitian produksi budaya. Ketiga pendekatan tersebut antara lain: pendekatan ekonomi politik (*political economy*), pendekatan teks dan analisis teks (*texts and textual analysis*) dan pendekatan etnografi (*interviewing and observation*).

Davis (2008:61) selanjutnya menyatakan bahwa sebuah penelitian *Cultural Studies* dapat mengkombinasikan sekaligus ketiga pendekatan tersebut sesuai kebutuhan penelitian. Hal tersebut dikarenakan masing-masing pendekatan memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Oleh karenanya, dengan mengkombinasikan satu pendekatan dengan pendekatan lainnya diharapkan penelitian dapat menghasilkan sebuah penemuan yang lebih komprehensif. Dengan demikian, sebuah penelitian diperkenankan menggunakan satu pendekatan saja, dua pendekatan atau tiga pendekatan sekaligus. Semuanya tergantung atas kebutuhan dan kepentingan penelitian masing-masing.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan menggunakan dua pendekatan dalam *Cultural Studies* tersebut, yaitu pendekatan etnografi (*interviewing and observation*) dan pendekatan teks dan analisis teks (*texts and textual analysis*). Kedua pendekatan tersebut dipilih karena sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan penelitian ini. Seperti yang sudah disebutkan di latar belakang masalah, bahwa penelitian ini akan memfokuskan dirinya pada produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia dan budaya produksi (aspek-aspek nilai dan ideologi) yang berada di dalamnya. Pendekatan ekonomi politik (*political economy*) tidak digunakan karena penelitian ini tidak memfokuskan dirinya untuk membahas *chick lit* Indonesia dalam perspektif industri budaya (*cultural industry*) yang sangat berkaitan dengan perhitungan ekonomi politik. Kelebihan pendekatan ekonomi politik terletak dalam substansi persoalan yang dibahas dalam produksi budaya, yaitu ekonomi politik yang merupakan jantung sebuah industri budaya (*cultural industry*). Pendekatan ekonomi politik membutuhkan waktu dan tenaga

yang cukup panjang untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan seperti distribusi pemasukan (*distribution of income*), akumulasi modal (*capital accumulation*), mekanisme kontrol dan kepemilikan perusahaan (*corporate ownership and control*), dan sebagainya. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan waktu yang disediakan untuk penelitian ini maka pendekatan tersebut tidak digunakan.

Pendekatan etnografi (melalui wawancara dan investigasi) merupakan metode untuk mendapatkan data-data primer berupa transkripsi wawancara dari para pelaku produksi *chick lit* Indonesia, dalam hal ini dari pihak penerbit GagasMedia dan penulis. Wawancara dilakukan dengan dewan redaksi GagasMedia, yang terdiri dari: pimpinan redaksi, editor, desainer grafis dan lay-outer. Wawancara dilakukan dalam dua beberapa bentuk. Pertama, wawancara langsung. Wawancara langsung merupakan wawancara dengan cara bertemu langsung dengan koresponden. Kedua, wawancara tidak langsung. Wawancara tidak langsung merupakan wawancara melalui korespondensi via surat elektronik, baik melalui *e-mail* maupun *facebook*. Data penelitian didapatkan dari semua transkripsi hasil wawancara dengan beberapa koresponden tersebut, dalam ini hanya data-data yang relevan dengan keperluan penelitian ini yang digunakan. Pembacaan makna atas data-data yang sudah terkumpulkan tersebut merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini, subyektifitas peneliti memperoleh ruang yang sangat lebar untuk memberikan penafsiran atas makna dari data-data tersebut. Sasaran utama topik wawancara adalah produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia dan bagaimanakah peran budaya produksi (aspek-aspek nilai dan ideologi) dalam proses produksi *chick lit* Indonesia. Wawancara akan berusaha menguak bagaimanakah produksi *chick lit* Indonesia berjalan di GagasMedia dengan budaya produksi di dalamnya.

Sedangkan pendekatan teks dan analisis teks (*texts and textual analysis*) membantu menemukan data-data sekunder melalui semua teks yang berhubungan dengan *chick lit* Indonesia. Teks dimaknai sebagai segala hal yang dapat dibaca dan diinterpretasikan untuk membaca makna yang tersembunyi di dalamnya. Teks, dengan demikian, bukanlah semata-mata teks di dalam karya *chick lit* Indonesia itu sendiri melainkan segala hal yang berada baik di dalam maupun di luar karya

tersebut. Pembacaan makna terhadap teks-teks tersebut menjadi metode untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Dengan kata lain, makna-makna yang terbaca dalam teks tersebut menjadi data utama untuk menjawab permasalahan produksi *chick lit* Indonesia dalam penelitian ini.

Langkah selanjutnya adalah analisis data. Data-data yang sudah didapatkan – baik yang berupa transkrip wawancara maupun yang berupa ‘teks’—di pilah-pisahkan dengan menggunakan dua konsep yang sudah disebutkan, yaitu konsep budaya produksi dan produksi budaya. Meskipun sekali lagi dapat disampaikan bahwa pemilahan keduanya bukanlah pemilahan yang bersifat sangat tegas dan terukur melainkan selalu terjadi tumpang tindih di antara keduanya. Setelah data-data sudah dapat dipilah ke dalam budaya produksi atau produksi budaya maka langkah selanjutnya adalah analisis untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini.

Dengan demikian, suatu teori diperlukan untuk menganalisis data-data yang sudah didapatkan tersebut. Dalam penelitian ini, teori Artikulasi akan digunakan untuk membedah hubungan antara budaya produksi dan produksi budaya dalam momen produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia. Dalam hal ini, bagaimana budaya produksi dan perannya terartikulasikan dalam produksi budaya *chick lit* Indonesia dalam GagasMedia. Pada tahap ini, teori artikulasi akan membantu melihat bagaimana beberapa momen dalam produksi *chick lit* Indonesia berkaitan erat atau saling pengaruh-mempengaruhi dengan budaya produksi di dalamnya—dalam hal ini pihak penerbit GagasMedia dan penulis.

Pada tahap analisis selanjutnya, untuk melihat artikulasi makna yang terjadi antara momen-momen produksinya yang sangat khas dalam proses produksi budaya *chick lit* Indonesia di GagasMedia, maka teori artikulasi akan melihat hubungan yang tidak stabil yang selalu bersifat ‘situasional’ dan saling pengaruh-mempengaruhi antara beberapa momen-momen produksi tersebut, baik dengan budaya produksi maupun dengan beberapa momen-momen di luar produksi dalam *circuit of culture*, antara lain: regulasi, konsumsi, representasi dan identitas. Namun, perlu disampaikan bahwa penelitian ini hanya akan membedah artikulasi antara momen produksi dengan budaya produksi dan momen di luar produksi. Penelitian ini, dengan demikian, tidak akan memasuki wilayah artikulasi antara

momen lain di luar produksi dengan momen yang lainnya, misalnya momen regulasi dengan momen konsumsi atau momen representasi dengan momen konsumsi. (Lebih lengkap lihat Bab Landasan Pemikiran)

1.6 Sumber Data

Sumber data berupa data-data kualitatif yang didapatkan melalui pendekatan etnografi (wawancara dan investigasi) dan pendekatan teks dan analisis teks dalam *Cultural Studies*. Data-data kualitatif tersebut berupa transkripsi wawancara, data-data hasil investigasi dan beberapa teks dan analisis terhadapnya.

Wawancara etnografi akan dilakukan dengan beberapa sumber, antara lain: dewan redaksi GagasMedia dan penulis. Wawancara langsung telah dilaksanakan dengan beberapa pihak, antara lain: FX Rudy Gunawan (pendiri sekaligus pimpinan redaksi pertama GagasMedia), Windy Ariestanty (pimpinan redaksi GagasMedia periode 2009), Christian Simamora (editor *chick lit* GagasMedia), Resita Wahyu F (editor GagasMedia) dan Jeffry Fernando (desainer grafis dan lay-outer GagasMedia). Sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan dengan beberapa pihak, antara lain: Rudy Gunawan (pendiri sekaligus pimpinan redaksi pertama GagasMedia), Windy Ariestanty (pimpinan redaksi GagasMedia periode 2009), Resita Wahyu F (editor GagasMedia) dan Icha Rahmanti⁵ (penulis pertama *Cintapuccino*, *chick lit* pertama Indonesia).

Sedangkan yang dimaksud dengan data-data yang berupa teks antara lain: buku *chick lit* Indonesia itu sendiri (*cover*, ukuran, bentuk dan sebagainya), situs resmi GagasMedia (www.gagasmedia.net), situs resmi Icha Rahmanti (<http://rahmanti.com>), foto-foto keseharian redaksi GagasMedia dan isi *chick lit* Indonesia itu sendiri. Data-data yang lain—seperti pernyataan penulis *chick lit* Indonesia yang lain dalam *blogspot* pribadi, judul-judul *chick lit* Indonesia yang telah diterbitkan, dan sebagainya—dijadikan data pendukung dalam penelitian ini.

⁵ Icha Rahmanti, sebagai salah satu koresponden utama dalam penelitian ini, sekarang menetap di Singapura. Oleh karena itu, penulis belum dapat kesempatan untuk melakukan wawancara langsung dengan yang bersangkutan. Namun demikian, Icha Rahmanti telah memberikan ijin untuk menggunakan situs pribadinya (<http://rahmanti.com>) sebagai salah satu sumber dalam penelitian ini—yang di dalamnya terdapat petikan wawancara dengan Icha Rahmanti mengenai *chick lit* Indonesia, baik sejarah, proses kreatif Icha Rahmanti, proses produksi hingga pemasaran. Icha Rahmanti juga bersedia melakukan korespondensi via *email* dan *facebook* untuk menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan kepadanya.

1.7 Kebermaknawian Penelitian

Penelitian mengenai *chick lit* Indonesia dan sastra populer⁶ pada umumnya masih sangat terbatas. Terbatasnya kajian tersebut disinyalir karena anggapan yang masih kuat bahwa sastra populer tidak dapat memberikan kebermaknawian yang cukup bermanfaat bagi perkembangan kebudayaan pada umumnya, khususnya dalam kesusastraan. Secara umum, penelitian sastra yang menggunakan pendekatan *Cultural Studies* dalam menganalisis produksi budaya masih sulit ditemukan di Indonesia. Pendekatan *Cultural Studies* yang digunakan dalam penelitian ini antara lain pendekatan etnografi (*interviewing and investigating*) dan pendekatan teks dan analisis teks (*text and textual analysis*).

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu yang memperkaya khasanah penelitian yang mengkaji sastra populer-kontemporer di Indonesia dengan pendekatan *Cultural Studies*, khususnya tentang *chick lit* Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat mempromosikan pendekatan *Cultural Studies* yang belum banyak digunakan dalam sebagian besar penelitian-penelitian sastra yang ada—yang masih memperlihatkan kecenderungan tekstual-strukturalisme yang sangat kuat.

1.8 Sistematika penyajian

Penelitian dimulai dengan Bab I (Pendahuluan). Bab I berisi tentang latar belakang penelitian, alasan pemilihan obyek penelitian, pokok permasalahan, rumusan masalah metodologi penelitian, ruang lingkup, sumber data, kebermaknawian penelitian dan sistematika penyajian.

Bab II akan membahas secara lebih mendalam tentang kerangka berpikir yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pertama-tama, bab ini akan menjelaskan

⁶ Pengertian tentang sastra populer (*popular literature*) sangat beragam. Namun, pada umumnya istilah sastra populer ditujukan untuk karya-karya sastra yang diproduksi secara massal dan tujuan utamanya adalah untuk hiburan (*entertainment*). Sastra populer selalu diasosiasikan sebagai kebalikan dari sastra kanon (*high literature*). Salah satunya seperti yang dinyatakan dalam Britannica Online Encyclopedia (www.britannica.com) adalah sebagai berikut: “*Popular literature includes those writings intended for the masses and those that find favour with large audiences. It can be distinguished from artistic literature in that it is designed primarily to entertain. Popular literature, unlike high literature, generally does not seek a high degree of formal beauty or subtlety and is not intended to endure.*”

secara kronologis tentang perbedaan antara konsep produksi budaya (*production of culture*) dan budaya produksi (*cultures of production*). Pembahasan juga menyinggung tentang industri budaya (*cultural industry*) dan ekonomi budaya (*cultural economy*). Selanjutnya bab ini akan membahas lebih terperinci teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori artikulasi Stuart Hall. Bab II juga membahas mengenai konteks produksi *chick lit* Indonesia di GagasMedia. Konteks produksi *chik lit* Indonesia berhubungan segala hal yang sifatnya memberikan konteks kepada produksi *chik lit* Indonesia seperti halnya fenomena booming *chick lit* luar, fenomena budaya konsumerisme urban-mal, 'selebritisasi' penulis perempuan, dan globalisasi dan glocalisasi. Bab ini berupaya menemukan konteks lanskap budaya semacam apakah yang melatarbelakangi produksi *chick lit* Indonesia.

Bab III berisi analisis produksi *chick lit* Indonesia. Bab ini akan menganalisis bagaimana budaya produksi (nilai-nilai dan ideologi seperti budaya redaktornya, budaya bahasa dan sebagainya) dan perannya terartikulasikan dalam produksi *chick lit* Indonesia di penerbit GagasMedia. Pada intinya bab ini akan membahas mengenai bagaimana artikulasi makna terjadi, baik dalam budaya produksi dengan perannya dan dalam proses produksi budaya *chick lit* Indonesia di penerbit GagasMedia. Secara umum adalah bagaimana sebagai sebuah artefak *chick lit* Indonesia diproduksi secara budaya (*culturally*) dan bagaimana ia sebagai produk budaya diproduksi secara teknis (*technically*). Di dalam bab ini, kita akan menemukan berbagai macam hal-hal 'kultural-ideologis' di dalam hal-hal yang sangat bersifat 'teknis', misalnya dalam hal *editing*, *lay-out*, *cover* dan sebagainya. Dan begitu pula sebaliknya bahwa yang 'kultural-ideologis' pun memerlukan 'yang teknis' untuk menghadirkannya.

Bab IV merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang berupa jawaban dan catatan-catatan kritis atas pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini. Bab ini juga berisi tentang saran-saran dan catatan-catatan yang barangkali berguna bagi penelitian selanjutnya.