

## Abstrak

Mode merupakan komunikasi non verbal yang dapat ditelaah layaknya bahasa tulis atau lisan. Di balik dari sifatnya yang memang diperuntukan untuk menunjang penampilan, mode berkembang menjadi industri kompetitif yang berusaha menarik konsumen untuk mengikuti perkembangan mode terkini. Media massa sebagai bagian dari mata rantai dari dunia mode memainkan peran penting dalam memberitakan hal-hal yang terjadi di seputar mode untuk tercapainya tujuan tersebut. Termasuk majalah mode. Majalah *Harper's Bazaar Indonesia* sebagai majalah mode dan gaya hidup lisensi dari Amerika Serikat menggarap kekayaan mode tanah air, di antaranya adalah pergelaran busana perancang Indonesia sebagai isi majalah tersebut yang dimuat dalam Rubrik *Runway* di setiap edisi penerbitannya. Sebagai majalah yang tidak lahir dari keaslian budaya lokal Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perspektif Majalah *Harper's Bazaar Indonesia* dalam memberitakan pergelaran busana karya perancang busana Indonesia.

Landasan teori yang digunakan adalah mode sebagai refleksi sosial dan dinamika zaman, majalah mode sebagai institusi media massa, hubungan ideologi pembuat teks (media) dengan pembaca berita sebagai narasi, analisis framing, model analisis framing Zhongdan Pan dan Gerald M Kosicki. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif yang menganalisis kata, pilihan kata, kalimat, rangkaian kalimat, gramatika, gambar serta keseluruhan tematik cerita yang dikisahkan dalam ketiga artikel Rubrik *Runway*. Pemilihan artikel ini dihasilkan dari pengamatan peneliti tentang pemberitaan pergelaran busana Indonesia oleh selama bulan Januari 2005- September 2006. Untuk menemukan perspektif majalah tersebut dilakukanlah analisis yang menggunakan model analisis framing Zhongdan Pan dan Gerald M Kosicki.

Dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa meski *Harper's Bazaar Indonesia* merupakan majalah lisensi, tetapi memiliki perspektif yang sangat mendukung potensi perancang busana Indonesia secara objektif. Hal ini merupakan implementasi dari visi *Harper's Bazaar Indonesia* yang ingin mengangkat karya perancang tanah air agar bisa diterima di tingkat global.

**Kata Kunci: *Rubrik Runway, Perspektif Media, Analisis Framing***