

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai representasi femininitas remaja wanita yang ada di dalam majalah Nylon edisi Indonesia. Majalah Nylon merupakan majalah waralaba yang berasal dari Amerika Serikat. Penelitian ini menganalisis representasi sisi femininitas dari remaja wanita tersebut dalam majalah Nylon versi Indonesia. Femininitas sendiri merujuk pada identitas yang dibentuk/dikonstruksi dan dilekatkan secara sosial pada wanita. Identitas tersebut tidak lepas dari pengaruh budaya yang dianut oleh lingkungan masyarakat sosial. Penelitian ini dilakukan untuk melihat perkembangan representasi atas femininitas remaja wanita di dalam majalah sebagai media yang memiliki segmentasi khusus. Femininitas remaja wanita yang direpresentasikan tersebut akan mencerminkan suatu nilai-nilai yang mengikuti ideologi text producer majalah Nylon Indonesia.

Teori yang digunakan di dalam penelitian ini berbasis pada teori femininitas yang mengacu pada psikoanalisis Sigmund Freud. Kemudian representasi femininitas tersebut berlandaskan pada teori representasi Stuart Hall. Representasi yang ditampilkan kemudian dihubungkan dengan teori budaya global, dimana adanya idealisasi nilai-nilai yang disisipkan di dalam representasi femininitas remaja wanita di dalam majalah Nylon Indonesia. Majalah Nylon Indonesia yang mengklaim tema pop culture juga menjadi landasan teori yang mengkaitkan pop culture tersebut dengan representasi femininitas remaja wanita yang dilakukan oleh majalah Nylon Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan metode semiotik diskursif. Data penelitian diperoleh dari analisis tekstual dengan data utama berasal dari teks-teks yang ada di dalam majalah Nylon Indonesia dan data pendukung berupa referensi-referensi teori.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan indikasi representasi femininitas remaja wanita yang berbeda yang dilakukan oleh majalah Nylon Indonesia. Representasi tersebut mengarah pada konstruksi atas femininitas remaja wanita, berlandaskan nilai-nilai dari ideologi text producer majalah Nylon Indonesia. Ideologi tersebut merupakan turunan dari nilai-nilai yang dipegang oleh text producer majalah Nylon US, sebagai majalah induk Nylon Indonesia.

Kata Kunci : Remaja Wanita, Femininitas, Representasi, Majalah Waralaba, Semiotik Diskurs.

ABSTRACT

This research deals with the representation of teenage girl femininity in Nylon Indonesia magazine. Nylon magazine is a franchise magazine originated from the United States. This research analyzes the representation side of femininity of the teenage girls in Nylon Indonesia magazine. Femininity refers to the identity that socially constructed and attached in women generally. These identities developed from the influence of the culture which has been embraced by the society. This research was conducted based on the development of femininity female adolescent representation in the magazine, as a part of media industry which had special segmentation. Teenage girl femininity which is represented will reflect the value which is following the ideology of the text producer Nylon Indonesia magazine.

The theory which is used in this research based on the theory of psychoanalysis Sigmund Freud that refers to the femininity. Then, representation of femininity based on the representation theory of Stuart Hall. Representation is shown then connected with the theory of global culture, where the existence of an idealization of values that are implied in the representation of teenage girl femininity in Nylon Indonesia magazine. The pop culture theme in Nylon Indonesia magazine also became the basic theory which linked pop culture with the representation of teenage girl femininity conducted by the Nylon Indonesia magazine. This research used a qualitative exploratory approach with discursive semiotic method. Research data is obtained from the textual analysis with data derived from primary texts in the Nylon Indonesia magazine and relevant theory references for supporting the data.

From this research, there are indications of different representation femininity of teenage girl conducted by the Nylon Indonesia magazine. These representations lead to the construction of the teenage girl femininity, based on the values from the text producer's ideology of Nylon Indonesia magazine. The ideology is derived from the values of Nylon US magazine text producer, as the homebase of Nylon Indonesia magazine.

Key words: Adolescence, Femininity, Representation, Franchise Magazine, Semiotic Discourse.