

Perspektif Perempuan Urban di Jakarta pada Perubahan Majalah Digital

Ariani Wardhani

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana,

*corresponding author : ariani.wardhani@mercubuana.ac.id

Diterima : 18/02/20

Revisi : 26/02/20

Diterbitkan : 09/03/20

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang persepsi perempuan terhadap penggunaan majalah digital yang sudah cukup lama beredar. Tidak semua para perempuan Indonesia mau menerima perubahan penggunaan majalah digital, namun semua itu ada penyebabnya dikarenakan mereka masih merasa nyaman dalam membaca majalah cetak. Penggunaan antara majalah cetak ke digital selain banyak mengandung unsur pergeseran budaya juga menghasilkan persepsi yang berbeda. Setiap pembaca memiliki proses menerima rangsangan atau data dari berbagai sumber sebelum menghasilkan persepsi dalam sesuatu. Kebanyakan data yang diperoleh dari panca indera dari pembaca, sehingga dapat mempelajari sebelum mencerna dari melihat, merasakan, mencium, mendengar, atau menyentuhnya. Ketika diadakannya focus group discussion setiap individu pembaca perempuan memiliki faktor-faktor sebelum mempersepsikan ketika membaca majalah cetak dan digital. Penelitian ini mencari tentang persepsi perempuan urban terutama di Jakarta dalam membaca majalah digital, sehingga hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi kemajuan majalah digital di Indonesia.

Kata kunci : Perempuan, Mode, Majalah, persepsi

Abstract. *This study discusses women's perceptions of the use of digital magazines that have been around for a long time. Not all Indonesian women are willing to accept changes in the use of digital magazines, but all of them have a cause because they still feel comfortable in reading print magazines. The use of print magazines to digital in addition to containing many elements of cultural shift also produces different perceptions. Every reader has the process of receiving a stimulus or data from various sources before producing a perception in something. Most of the data obtained from the five senses from the reader, so they can learn before digesting from seeing, feeling, smelling, hearing, or touching it. When holding focus group discussions each individual female reader has factors before perceiving when reading print and digital magazines. This study seeks about the perceptions of urban women, especially in Jakarta in reading digital magazines, so the results of this study can be useful for the advancement of digital magazines in Indonesia.*

Key words: Women, fashion, magazine, perspective



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Majalah dari masa ke masa mengalami perubahan baik dari segi konten majalah sampai teknologi. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang amat pesat, sehingga membawa berbagai perubahan yang mendasar dalam segala aspek kehidupan, termasuk media informasi. Media cetak merupakan media yang tertua dalam sejarah peradaban manusia.

Keunikan dari sebuah majalah bukan hanya sekedar terdiri dari kertas dan tumpahan tinta, tetapi juga dari segi tampilan visual, konten majalah, dan rubrikasinya. Selain itu sisi lain dari majalah dapat menjadikan motivator bagi masyarakat pembacanya. Sehingga pada perkembangan teknologi yang dirasakan sekarang ini, secara tidak langsung majalah dapat menyatukan sebuah budaya melalui isi majalah tersebut ([Schmidt 1980, 7](#)).

Perubahan dari perkembangan teknologi tersebut, menghasilkan salah satunya perubahan majalah cetak menjadi majalah digital. Proses yang cukup panjang dari awal mulanya Johannes Gutenberg pada tahun 1455 menemukan mesin cetak yang kemudian digunakan juga oleh majalah cetak dengan pergeseran teknologi hingga *offset printing* melalui proses yang cukup panjang. Era komputer digital kemudian datang di tahun 1991 yang akhirnya terus berkembang sampai saat ini ([Straubhaar, LaRose, and Davenport 2008, 4](#)). Majalah Digital atau biasa disebut dengan *e-magazine (electronic magazine)* termasuk salah satu inovasi yang mengubah sebuah majalah cetak, dari wujud berupa kertas menjadi bentuk digital.

Menurut [Jabr \(2013\)](#) dalam rubrik berjudul *The Reading Brain in Digital Age* mengatakan, pemahaman membaca di atas kertas berbeda dari membaca di atas layar. Dikatakan demikian karena dalam layar diperlukan beberapa penjelasan tentang bagaimana otak menafsirkan bahasa tertulis. Kita sering menganggap membaca sebagai aktivitas otak berkaitan dengan abstrak dengan pikiran dan ide-ide, nada dan tema, metafora dan motif. Banyak penelitian yang menekankan bahwa membaca dengan menggunakan layar mungkin lebih berat dibandingkan membaca menggunakan kertas.

Membaca di layar seperti diungkapkan dalam tulisan [Jabr \(2013\)](#) tidak cukup memadai untuk menciptakan pengalaman yang tidak menentu dan menyulitkan pembaca menavigasi teks panjang dengan cara yang intuitif dan memuaskan. Kesulitan navigasi tersebut dapat menghambat pemahaman membaca. Tanpa disadari, banyak orang menggunakan komputer dan tablet dengan keadaan pikiran yang tidak cukup kondusif untuk belajar, dibandingkan ketika mereka menghadapi kertas. Adanya perubahan media dalam membaca mengakibatkan juga pergeseran persepsi manusia dalam mencerna hasil bacaannya.

Di samping itu yang dikatakan oleh Tjahjani dalam buku *Jagat Kertas* ([Sabana and Setiawan 2011, 94-95](#)) sejalan dengan perkembangan teknologi digital, perkembangan perangkat lunak (*software*) untuk pengolahan visual memberikan keleluasaan dalam manipulasi visual secara digital. Kecepatan karena digitalisasi mengubah sisi emosi dari komunikasi kertas. Pada satu sisi kecepatan produksi meningkat tetapi di sisi lain kehangatannya menghilang. Timbulah kecenderungan bahwa semakin menggunakan rekayasa visual dengan digital, semakin canggih kesan yang ditimbulkan oleh teknologi.

Fenomena dari pergeseran dari media cetak ke digital pada majalah Femina merupakan hal yang menarik untuk dikaji karena menimbulkan perubahan relasi dengan teknologi, media, dan perempuan. Setiap pembaca memiliki karakteristik dan identitas yang berbeda, dan akan berpengaruh pada perilakunya dalam menangkap makna keseluruhan dari media yang berbeda. Sebagai konsekuensinya, cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas ([Mulyana 2000, 167-168](#)).

Menurut Mikhail Bakhtin ([Baxter 2004, 182-192](#)), hubungan yang kontradiktif antara pola analog dan digital merupakan pertentangan antara keinginan dan kebutuhan dalam komunikasi relasional pada manusia. Hubungan ini memberikan impuls-impuls yang kontradiktif kepada para perempuan urban pembaca majalah Femina di Jakarta, yang pada akhirnya berpengaruh pada persepsi dari para perempuan urban di Jakarta. Hasil dari penelitian ini mendapatkan representasi sosok perempuan urban di Jakarta melalui visual rubrik mode. Selain itu pergeseran visualitas rubrik mode pada majalah cetak ke digital, dilihat bukan hanya dari visualisasi tapi fakta sosial yang berkembang pada masyarakat urban di Jakarta. Perubahan media berdampak pada identitas diri melalui representasi perempuan urban di Jakarta dalam memilih media yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dirinya.

Metode

Metodologi pada penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pengambilan data dengan melakukan Focus Group Discussion (FGD) pada perempuan-perempuan pembaca majalah Femina yang mewakili dalam perspektif media. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan *cultural studies*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cultural studies* dikarenakan mengeksplorasi hubungan antara budaya yang dipahami, sebagai kegiatan ekspresif dan kehidupan yang khas dari sebuah masyarakat. Pendekatan kajian *cultural studies* ini menggabungkan interdisiplin ilmu dengan lintas batasan bidang desain dan sosial, untuk mendapatkan sebuah kajian dalam menghadapi sebuah teknologi baru. Keunikan dari sebuah majalah bukan hanya sekedar terdiri dari kertas dan tumpahan tinta, tetapi juga dari segi tampilan visual, konten majalah, dan rubrikasinya. Selain itu sisi lain dari majalah dapat menjadikan motivator bagi masyarakat pembacanya. Sehingga pada perkembangan teknologi yang dirasakan sekarang ini, secara tidak langsung majalah dapat menyatukan sebuah budaya melalui isi majalah tersebut ([Schmidt 1980, 7](#)).

Metode pengumpulan data secara kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran interaksi dari proses visualisasi dengan transformasi data numerik pada percobaan dan simulasi ke arah informasi visual ([Grave and Le Lous 1994, 12](#)). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara focus group discussion, yaitu mengambil sample dari perempuan pembaca Femina. *Focus Group Discussion* yang diadakan pada hari Senin tanggal 14 Desember 2015 dihadiri oleh delapan orang perempuan urban di Jakarta yang mewakili profesinya masing-masing. Mereka berdiskusi tentang pengaruh perubahan membaca majalah cetak ke digital pada rubrik mode Femina. Menanggapi pergeseran dari cetak ke digital, bukan hanya dari segi bentuk dan fungsi tetapi juga sebagai produk budaya massa yang dipengaruhi berbagai orientasi. Kebanyakan pembaca Femina dalam *focus group discussion* mengatakan, bahwa membaca majalah cetak maupun digital, merupakan rekreasi (*me time*). Menurut mereka, membaca rubrik mode pada majalah cetak dan digital memiliki pengalaman yang berbeda, walaupun dari segi konten tidak berubah sama sekali.

Kerangka pemikiran di atas menawarkan tiga aspek penting dalam penggunaan produk budaya sesuai yang dinyatakan Metharani dan Kharisma dalam *Focus Group Discussion*, yaitu harapan untuk menggunakan mode sesuai dengan pasar, selera individual, dan pengalaman imajinatif sebagai tujuan kesenangan/satisfaksi. Perbedaan motivasi ini menjadi dasar dalam proses penggunaan produk budaya. Dengan demikian pola rekreasi dapat dibedakan dari tujuan yang ingin dicapai oleh khalayak, sehingga pasokan produk budaya pun dapat diklasifikasikan atas dasar kecenderungan konsumennya.

Proses membaca rubrik mode dengan menggunakan media yang berbeda—yaitu majalah cetak dan digital—pun berbeda. Rubrik mode majalah Femina cetak memberi rangsangan fisik berupa memegang, sedangkan pada majalah digital proses memasuki dan menyelami rubrik mode dilakukan dengan pengolahan layar. Pengalaman ketika membuka komputer tablet dan membaca majalah Femina di dalamnya pasti berbeda. Demikian pula pengolahan dalam membaca layar dengan *scrolling* ke bawah dan menggeser untuk mengganti halaman.

Hasil dan Pembahasan

Benda-benda seperti nilai, benda material, dan norma merupakan pusat makna suatu kebudayaan. Inti pergeseran dari cetak dan digital pada majalah Femina adalah makna yang bergeser dari budaya majalah cetak ke digital. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kebudayaan adalah pengalaman dari kehidupan sehari-hari yang dibentuk dari berbagai teks, praktik, dan makna seseorang dalam menjalani kehidupannya ([Barker 2005, 50-55](#)).

Citra yang ditampilkan dalam sebuah majalah cetak merupakan citra aktual karena dalam keadaan yang sebenarnya. Tetapi citra yang ditampilkan majalah digital merupakan citra yang tidak nyata dikarenakan dunia virtual belum tentu seperti yang sebenarnya. Dengan demikian citranya tidak aktual. Tetapi dalam majalah Femina baik cetak maupun digital, citra yang ditampilkan pada rubrik mode merupakan citra yang nyata. Konten rubrik mode majalah cetak dan digital tidak berubah sehingga citra yang ditampilkan merupakan representasi perempuan Indonesia yang sebenarnya. Perempuan Indonesia, terutama di Jakarta, membaca rubrik mode majalah Femina dan secara tidak langsung melihat cermin dirinya sendiri tentang mode yang digunakan.

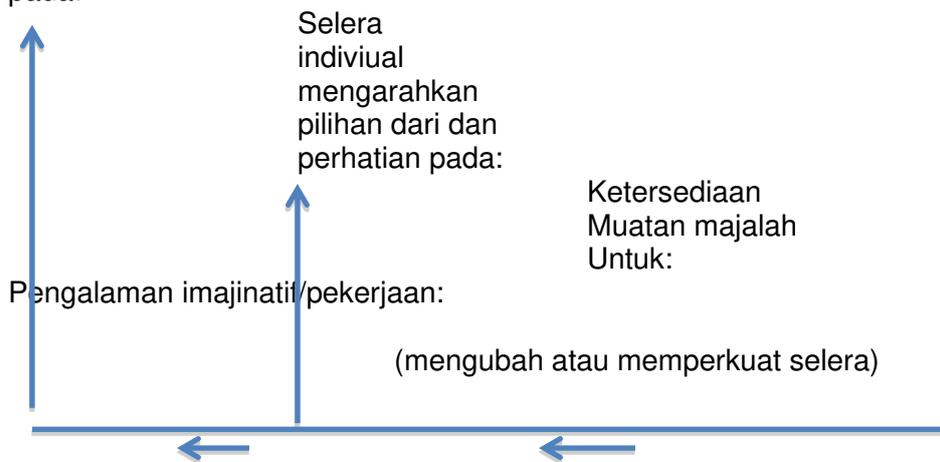
Focus Group Discussion yang diadakan pada hari Senin tanggal 14 Desember 2015 dihadiri oleh delapan orang perempuan urban di Jakarta yang mewakili profesinya masing-masing. Mereka berdiskusi tentang pengaruh perubahan membaca majalah cetak ke digital pada rubrik mode Femina. Menanggapi pergeseran dari cetak ke digital, bukan hanya dari segi bentuk dan fungsi tetapi juga sebagai produk budaya massa yang dipengaruhi berbagai orientasi. Kebanyakan pembaca Femina dalam *focus group discussion* mengatakan, bahwa membaca majalah cetak maupun digital, merupakan rekreasi (*me time*). Menurut mereka, membaca rubrik mode pada majalah cetak dan digital memiliki pengalaman yang berbeda, walaupun dari segi konten tidak berubah sama sekali. Medium yang digunakan memberikan pengalaman berbeda bukan dari segi membacanya, tetapi dari segi fungsi dan makna yang mengalami pergeseran cukup signifikan dalam segi budaya (Kharisma, 35 tahun seorang pengusaha dalam *Focus Group Discussion*). Menurut beberapa peserta *Focus Group Discussion* Vitha (28 tahun, pengusaha) dan Debora (31 tahun, designer), menganggap rubrik mode di dalam majalah Femina bersifat tidak nyata, karena apa yang dilihatnya merupakan rekreasi dan akan dikonsumsi apabila sesuai dengan selera setiap individu pembaca majalah Femina .

Adanya perbedaan ekspektasi dalam menggunakan mode dilihat dari rubrik mode dibedakan berdasarkan pengalaman imajinatif dan latar belakang pekerjaan. Adanya perbedaan gaya hidup dan selera secara individual yang menjadi titik pilihan dan perhatian pada masing-masing individual. Dalam *Focus Group Discussion* pada sosok Metharani (30, *fashion blogger*) dan Kharisma (35, pengusaha) memiliki persepsi berbeda dalam penggunaan majalah cetak dan digital. Masing-masing memiliki latar belakang yang sama sosok perempuan yang tinggal di Jakarta, namun sesuai latar belakang pekerjaan dan selera membuat masing-masing memiliki selera yang berbeda

dalam memilih majalah yang paling sesuai dengan pengalaman masing-masing, meliputi:

1. Motivasi
2. Budaya
3. Satisfaksi

Ekspektasi
Menggunakan
mode
dibedakan
berdasarkan
pada:



Gambar 1 Perspektif budaya khalayak terhadap media
Sumber: Olahan dari [Mc.Quail \(1987\)](#)

Kerangka pemikiran di atas menawarkan tiga aspek penting dalam penggunaan produk budaya sesuai yang dinyatakan Metharani dan Kharisma dalam *Focus Group Discussion*, yaitu harapan untuk menggunakan mode sesuai dengan pasar, selera individual, dan pengalaman imajinatif sebagai tujuan kesenangan/satisfaksi. Perbedaan motivasi ini menjadi dasar dalam proses penggunaan produk budaya. Pengalaman imajinatif merupakan tujuan yang dicapai dalam menggunakan media rekreasi. Dengan demikian pola rekreasi dapat dibedakan dari tujuan yang ingin dicapai oleh khalayak, sehingga pasokan produk budaya pun dapat diklasifikasikan atas dasar kecenderungan konsumennya.

Menurut [Sobur \(2003, 452\)](#) faktor-faktor intern yang berkaitan ketika pembaca mempersepsikannya antara lain adanya kebutuhan psikologis, ketika seseorang memengaruhi persepsinya. Pembaca perempuan masing-masing memiliki kebutuhan psikologis yang berbeda dalam mempersepsikan majalah cetak dan digital. Kebutuhan dari salah satu perempuan pembaca *Femina* pada *focus group discussion* bahwa ketika ia memilih membaca majalah cetak adanya kebutuhan dalam persepsinya untuk santai dan menikmati *me time* nya. Sedangkan ada yang secara psikologis membutuhkan majalah digital karena merasa bahwa dengan medium digital sangat membantu untuk pekerjaannya.

Selain kebutuhan latar belakang memengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Pembaca dengan latar belakang tertentu akan memilih majalah yang sesuai dengan dirinya. Salah satu dari anggota *focus group discussion* memilih untuk membaca majalah digital dikarenakan latar belakang pekerjaannya adalah *fashion blogger*. Menurut persepsi Metharani (peserta *Focus Group Discussion*) membaca majalah digital sangat

membantu untuk mendapatkan inspirasinya dalam membuat tulisannya di *blogger*. Selain itu yang yang menyebabkan Metharani nyaman dalam membaca majalah digital adalah faktor pengalaman. Pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari hal-hal dan gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya. Seseorang yang memiliki pengalaman buruk dalam menggunakan barang dengan jenis tertentu, mungkin akan menyeleksi barang-barang lain untuk jenis persepsi tertentu. Begitu juga dengan pengalaman baik dan menyenangkan menggunakan jenis barang tertentu, maka akan lebih mudah tertarik dengan sesuai dengan pengalaman yang menyenangkan.

Di samping itu kepribadian juga memengaruhi persepsi, karena berbagai faktor kepribadian memengaruhi seleksi dalam persepsi. Pengenalan suatu benda mengharuskan penggolongannya dalam kategori dan pendasarannya terutama pada bentuk benda. Dalam stadium awal pengenalan, sistem visual menggunakan informasi di retina untuk mendeskripsikan objek dalam pengertian ciri, seperti garis dan sudut. Dalam stadium lanjutan pengenalan, sistem mencocokkan deskripsi bentuk yang disimpan di memori untuk menemukan yang paling cocok ([Sobur 2003, 469](#)).

Para perempuan pembaca Femina dalam ruang psikososial dalam membaca majalah cetak dapat dikatakan tersekat-sekat dalam ruang dan waktunya selain itu secara mekanisme juga masih terpisah-pisah. Dalam ruang visual pada media cetak antara pemikiran dan tindakan terpisah. Menurut Mc.Luhan bahwa di dalam cara pandang baru yang konfiguratif, fungsi media menjadi jelas, karena media memiliki karakter khusus yaitu mempertajam dan mengontrol bentuk asosiasi manusia pada skala pandang ruang waktu serta tindakannya ([van Eymeren 2014, 46-47](#)). Ruang pikir yang tersekat antara membaca dan tindakan merupakan sebuah acuan dari cara pandang untuk media cetak. Penemuan baru di bidang teknologi merupakan tujuan untuk mempermudah hidup manusia. Melalui teknologi baru komputer tablet ruang dengar dan sentuh berada dalam waktu tanpa sekat. Pemikiran dan tindakan berada dalam satu pusaran sekaligus dengan banyak matriks. Ketika masuk ke dalam pusaran tersebut pesan yang disampaikan secara langsung dapat merefleksikan tindakan sesuai dengan pemikiran pembacanya.

Sesuatu yang baru menyebabkan perubahan dalam masyarakat itu selalu berhubungan dengan difusi inovasi, di mana perubahan dipacu oleh penyebaran suatu pengetahuan yang baru. Inovasi berkaitan dengan gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang dan masyarakatnya. Konsep baru ini terbentang antara konsep pengenalan, persuasi, dan keputusan menggunakannya (adopsi). Inovasi berkaitan dengan teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengomunikasikan sesuatu yang baru di masyarakat ([Bungin 2011, 153](#)).

Pada budaya cetak relasi-relasi sosial bersifat individualistik. Dikatakan ketika membaca majalah cetak menurut salah satu peserta *Focus Group Discussion* ketika membaca majalah cetak lebih dikonsumsi untuk pribadi dan membaca majalah cetak Femina menurut seorang peserta bernama Kharisma, usia 35 tahun dan berprofesi sebagai *owner* sebuah konsultan merupakan bagian dari *me time*. Ia membaca majalah Femina dari ketika belum menikah dan berlangganan bertahun-tahun karena banyak inspirasi yang didapatkan dari membaca majalah Femina.

Bukan berarti ia tidak menggunakan komputer tablet untuk memudahkan melakukan pekerjaan yang lainnya, tetapi membaca dengan menggunakan majalah cetak merupakan pilihan untuk kepuasan diri sendiri ketika menikmati waktu bersantai. Menurut Kharisma, ia merasa jika menggunakan komputer tablet hanya membaca seperlunya dan kurang menggunakan waktu relaksasi. Membaca dengan majalah digital menurutnya hanya membaca yang diperlukan saja tetapi tidak merasa menikmati dalam membaca keseluruhannya. Mode yang ditampilkan di majalah Femina merupakan salah satu inspirasi dalam berpakaian, tetapi disesuaikan dengan selera untuk memutuskan untuk menggunakannya.

Berbeda dengan Metharani, 32 tahun, blogger dan fotografer yang merupakan salah satu peserta *focus group discussion*. Metha memilih untuk membaca menggunakan majalah digital dibandingkan dengan majalah cetak. Menurutnya menggunakan majalah digital selain lebih praktis dalam membeli dan membawanya, majalah digital membantu dalam pekerjaannya sebagai *blogger* dan *fotografer*. Membaca majalah merupakan sumber inspirasi bagi dirinya karena memudahkannya agar mendapatkan ide untuk pekerjaannya sebagai *blogger* dan *fotografer*. Femina salah satu majalah yang dibacanya karena salah satu yang merepresentasikan perempuan Indonesia terutama perempuan urban di Jakarta. Setelah membaca terutama rubrik mode maka dengan mudah mencari referensi dengan menggunakan komputer tablet dan langsung dapat menuangkan ide tulisan pada blog-nya lewat komputer tablet.

Dari keseluruhan tentang seorang individu memaknai pergeseran dalam membaca majalah cetak ke majalah digital terutama dari rubrik mode majalah Femina. Menurut pendapat [Setiadi \(2003\)](#) yang mendefinisikan bahwa gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang dianggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan) dan apa yang mereka perkirakan tentang diri mereka sendiri. Sehingga pola tertentu dari perilaku individu dan perilaku tersebut berasal dari nilai-nilai yang terdapat dari individu tersebut. Setiap individu memiliki perbedaan pandangan, kegemaran, ataupun kebiasaan yang dijalani dalam kesehariannya. Menurut *focus group discussion* setiap individu dalam membaca majalah cetak dan femina memiliki keterarikan masing-masing sesuai dengan apa yang menjadi identifikasi dari dirinya sendiri. Sebagian perempuan antara lain Vitha, Lia, Debora, Tia, Kharisma, Erin, Nofi, dan Riny dalam *focus group discussion* mengatakan bahwa ketika mereka membaca majalah cetak merasakan ada kepentingan dirinya dalam mengonsumsi pesan dari rubrik dalam majalah mode yang merupakan suatu kepuasan tersendiri. Sedangkan di salah satu pihak ada yang lebih memilih menggunakan majalah digital untuk membaca majalah dikarenakan juga kebutuhan akan dirinya dan dapat lebih mengaktualisasikan dirinya dengan menggunakan layar datar pada komputer tablet.

Menurut [Setiadi \(2003, 152-153\)](#) gaya hidup yang berkembang di masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri untuk memahami bagaimana gaya hidup. Sekelompok masyarakat memerlukan instrumen, untuk mengukur gaya hidup yang berkembang di dunia internasional. Telah dikembangkannya program untuk mengukur gaya hidup ditinjau dari aspek budaya. Salah satunya bagi para pembaca majalah cetak Femina masuk pada kategori *outer directed*, yang merupakan gaya hidup konsumen yang jika dalam membeli suatu produk harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma tradisional dan keadaan sekitar yang terbentuk.

Gaya hidup para pembaca majalah digital dapat dilihat dalam memutuskan sesuatu untuk bertindak. Walaupun dilihat dari pekerjaan dan sosial ekonomi status yang cukup tinggi tetapi dalam cara membeli dan mengambil keputusan dari apa yang mereka baca dari rubrik majalah mode masih memiliki norma-norma yang ada di sekitar. Ketika menginginkan membeli pakaian sesuai dengan yang ada di dalam rubrik mode majalah Femina, mereka harus mengunjungi toko dan mencobanya terlebih dahulu baru memutuskan untuk membeli apabila cocok dan sesuai dengan apa yang diinginkan.

[Bernard \(1990, 5\)](#) mengutarakan bahwa konsumen atau dikatakan pembaca majalah, termotivasi untuk berbelanja karena unsur dan dorongan kebutuhan yang muncul karena gaya hidup. Terdapat empat kategori yang menjadi motif dalam proses pembelian oleh konsumen.

Minat merupakan faktor pribadi dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan. [Engel, Blackwell, and Miniard \(1994, 385\)](#) mengungkapkan bahwa minat adalah ketertarikan akan semacam objek, peristiwa atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kepadanya. Sehingga apabila

pembaca atau konsumen tertarik untuk menata tempat tinggal, atau tertarik dengan mode, dan majalah yang mereka baca, minat merupakan apa yang dianggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Gaya hidup memiliki elemen dalam mengekspresikannya dan yang menjadi dasar untuk menciptakan dari individu yang berbeda adalah keyakinan. Keyakinan tersebut yang membuat setiap pembaca majalah untuk menghasilkan gaya hidup yang berbeda walaupun terkadang tujuannya sama.

Teknologi baru menciptakan lingkungan hidup yang baru bagi manusia. Dalam kehidupan psikis, baik individu, maupun kelompok masyarakat memiliki orientasi visual tentang kesadaran dirinya yang sangat kuat. Penekanan pada visual untuk menerima informasi lewat membaca itu sedemikian rupa intensifnya, yaitu dengan cara mengisolasi indera mata dari indera lainnya. Mc Luhan memaparkan bahwa perpaduan bentuk media aksara yang dituliskan dengan bentuk karya cetak yang mengubah persepsi manusia tentang diri dan dunianya sedemikian rupa ([van Eymeren 2014, 38](#)).

Pada media cetak dan digital beberapa komponen elemen dalam sudut pandang luas ada yang berubah tetapi ketika ditempatkan pada studi kasus Femina dengan melihat demografis dan psikografis dari pembaca Femina para perempuan urban di Jakarta dengan menggunakan matrix perbedaan budaya dari analog ke digital oleh Mc. Luhan ([dalam van Eymeren 2014, 40-41](#)). Matrix dari perbedaan majalah cetak dan digital Femina pada rubrik mode dapat dikemukakan pada tabel di bawah ini, sehingga lebih memudahkan untuk memproyeksikan pergeseran yang terjadi pada majalah cetak dan digital bagi perempuan urban di Jakarta. Di bawah ini merupakan tabel pergeseran kebudayaan dalam media cetak dan digital.

Tabel 1 Matrix Perbedaan Budaya Majalah Cetak dan Majalah Digital Rubrik Mode Femina

MAJALAH	CETAK	DIGITAL
Teknologi media	Tipografis-cetak	Elektronik
Persepsi inderawi	Visual	Dengar-raba
Waktu	Terbatas	Tidak Terbatas
Ruang	Pemikiran tindakan terpisah	Pemikiran dalam satu pusaran
Politik	Kekuasaan tetap memiliki pusat namun ada pendelegasian.	Kekuasaan dan relasinya dipahami secara berbeda karena tidak ada lagi suatu pusat kekuasaan melainkan banyak pusat kekuasaan di segala bidang. Relasi Negara dengan warganegara dilakukan dengan cara seduktif/ merayu atau membujuk.
Psikososial	Ruang Visual berada dalam ruang dan waktu yang tersekat-sekat serta mekanis.	Ruang Sentuh berada dalam ruang mengalir dan waktu tanpa sekat.
Sosial	Relasi-relasi sosial dalam masyarakat modern individualistik	Retribalisasi (proses peralihan budaya) masyarakat modern. Individualistik dalam jaringan relasi-realasi global.

Tabel 1 Matrix Perbedaan Budaya Majalah Cetak dan Majalah Digital Rubrik Mode Femina

MAJALAH	CETAK	DIGITAL
Cara Pandang	Hidup dengan tujuan yang ditentukan sendiri. Perspektif sekuens kronologikal. Kata-kata terletak pada makna/signifikansi bagi akal budi. Abstrak, eksplisit, statis, homogeny, linear. Dunia terpisah dari subyek dan beruang tunggal, satu kultur universal.	Konfiguratif. Melibatkan empati dalam mempersepsi. Dunia pluralistic, berbagai dunia dan kultur berada dalam keserentakan dan simultan. Makna ditangkap lewat akses seperti karakter masyarakat desa, tetapi desa global.
Gaya Hidup	Personal menikmati secara detail dan menyeluruh/ <i>outer directed</i>	Cenderung terburu-buru waktu dan menyebarkan berita pada orang lain (<i>sharing</i>)/ <i>inner directed</i>

Sumber : Mc. Luhan ([van Eymeren 2014, 400](#))

Budaya digitalisasi teknologi bahwa cara pandang baru yang konfiguratif, fungsi dari media merupakan pesan, karena media memiliki karakter khusus yaitu mempertajam dan mengontrol bentuk asosiasi manusia pada skala pandang ruang waktu serta tindakannya. Mc Luhan tidak membuang cara pandang tentang sebuah penyingkapan dari sebuah pengolahan informasi, baginya tetap penting melihat isi dari media, tetapi memahami media lewat peran dan karakternya dapat sampai kepada penyingkapan makna yang direpresentasikannya ([van Eymeren 2014, 47](#)).

Pada budaya cetak, perspektif berubah ketika waktu dan tempat dalam penerimaan informasi menjadi lebih terbatas. Pada majalah cetak Femina pada rubrik mode bahwa ketika membaca rubrik mode waktu yang memerlukan keterbatasan ketika akan melakukan aktivitas yang akan dilakukan dalam meraih keinginan sesuai informasi tersebut. Waktu yang dimiliki ketika ingin melakukan aktivitas tersebut menjadi terbatas, ketika digital masuk ke dalam kehidupan manusia. Ruang tersebut dapat dikatakan tidak terbatas tidak memerlukan waktu yang berbeda dalam mewujudkan aktivitas tersebut dengan digital manusia dapat melalanguana ke ruang yang langsung dapat mewujudkan aktivitas tersebut.

Relasi-relasi sosial dalam masyarakat modern lebih individualistik. Pergeseran yang tadinya masyarakat tradisional lebih banyak bersama-sama, kemudian dengan aktivitas yang tinggi menyebabkan masyarakat menjadi individualistik. Sedangkan ketika media digital hadir, dengan sudut pandang yang berbeda tetapi secara sosial retribalisasi (proses peralihan budaya) masyarakat modern tetap dengan individualistic, namun dalam jaringan relasi-realasi global. Seperti yang dikatakan ([Bungin 2006, 158-159](#)), bahwa perubahan masyarakat modern dalam menghadapi sebuah teknologi masih dikatakan rasional sedangkan masyarakat kini atau yang sering dikatakan masyarakat postmodern sebuah inovasi teknologi merupakan bagian dari gaya hidup.

Gaya hidup merupakan bagian dari budaya yang berubah dalam pergeseran media cetak ke digital. Gaya hidup dalam budaya cetak seperti yang dikatakan pada *focus group discussion*, bahwa kebanyakan ketika seorang individu menikmati informasi dengan membaca dari sebuah media cetak, maka tanpa disadari akan membaca secara detail dan menyeluruh/*outer directed* dari isi informasi media cetak tersebut. Sedangkan untuk penggunaan media digital cenderung terburu-buru waktu dan menyebarkan berita

pada orang lain (*sharing*)/*inner directed*). Pada budaya media digital seseorang hanya ingin melihat apa yang ingin dilihat dari isi informasi teknologi sedangkan pada budaya cetak secara keseluruhan dapat menghayati semua isi informasi tersebut.

Perempuan yang tinggal di perkotaan memiliki kebiasaan yang berbeda dengan perempuan yang tinggal di luar daerah. Urbanisme merupakan perpindahan penduduk dari desa ke kota dan segala konsekuensinya membawa pengaruh penting dalam pertumbuhan ([Kuntowijoyo 1997, 97](#)). Perempuan urban itu sendiri merupakan perempuan yang tinggal di perkotaan dan memiliki tata cara dan kebiasaan yang sesuai dengan masyarakat kota. Eksistensi atau keberadaan para perempuan yang tinggal di perkotaan sudah pasti memiliki tantangan yang jauh lebih hebat. Kehidupan kota yang penuh dengan kesibukan, politik, hiburan, dan masih banyak lagi yang ditawarkan dari kehidupan urban membuat para perempuan beracu dengan segala kebutuhan dan rutinitasnya. Tuntutan hidup yang tinggi di kota urban membuat para perempuan harus beradaptasi dengan lingkungan.

Menurut *focus group discussion* yang diadakan untuk melihat pergeseran secara fungsi untuk media cetak beberapa informan Kharisma, Tya, Riny, Lia, dan Vita mengatakan bahwa fungsi dari majalah Femina khususnya rubrik mode selain untuk mendapatkan tren mode yang sedang beredar saat itu, secara tanpa disadari fungsi dari majalah tersebut adalah untuk *leisure* atau sebagai waktu luang.

Majalah cetak memiliki pengalaman tersendiri bagi para informan untuk mendapatkan *me time* di saat waktu senggang untuk membebaskan dari tugas yang harus dilakukan. Tidak hanya mencakup pengertian waktu luang tetapi juga terkandung makna aktivitas serta pengalaman yang dialami seseorang ketika melakukan aktivitas kesengangan. Menurut ([Pieper 1952, 58](#)):

“Dalam waktu luang... nilai-nilai sebagai manusia diselamatkan dan dilestarikan karena waktu luang merupakan sarana dimana lingkup dari ‘kekhususan manusia’ bisa, lebih dan lagi, ditinggalkan...”

Kejadian yang nampak seperti ini dapat disaksikan pada masyarakat perkotaan saat ini. Dalam masyarakat perkotaan yang penuh dengan tekanan, kecenderungan untuk sering melakukan aktifitas waktu senggang semakin meningkat. Aktifitas *leisure* bukanlah tertuju pada aktifitas di mana seseorang jauh dari rutinitas yang ada, seperti image akan liburan yang biasa dilakukan dalam waktu yang lama, melainkan sebuah aktivitas yang berbeda dari rutinitas sehari-hari. Aktifitas *leisure* dianggap cukup memberika rileksasi sesaat dari kepenatan. Dapat dikatakan juga *leisure* sebagai bentuk melarikan diri ke dalam sebuah keadaan yang fantastis, dan aktifitas jenis ini semakin meningkat. Aktifitas ini memiliki kebebasan serta tidak dapat diberi tekanan untuk memilih, karena dilakukan sebagai sebuah kesenangan.

Sedangkan makna untuk majalah digital menurut Metharani merupakan sebuah makna yang mendalam karena percepatan informasi dan teknologi sebuah majalah digital bukan hanya sebagai penyampai pesan karena dengan majalah digital ia dapat mengembangkan imajinasinya. Pesan dari listrik adalah sama dengan pesan dari tenaga listrik yang digunakan dalam dunia industri yaitu media elektronik yang memiliki karakter yang radikal secara total, memancar ke segala arah dan terdesentralisasi.

Makna secara garis besar terbagi kedalam tiga hal, yaitu berkaitan dengan pembentukan secara linguistik, berkaitan dengan penekanan pada kesementaraan, dan penggunaan pada sesuatu yang sifatnya tidak menentu, dan berkaitan dengan menyatakan situasi tentang tanda dan simbol secara umum. Makna ini merupakan makna pada kejadian-kejadian yang sifatnya temporer. Makna ini lebih kepada makna intensionalitas, yaitu sesuatu yang dikonotasikan dengan perasaan, sifat, emosi, dan pikiran terhadap apa yang dilihatnya. Sehingga makna ini selalu berkaitan dengan kesadaran ketika menggunakan komputer tablet untuk membaca majalah dan memberikan pengalaman yang berbeda dalam menggunakannya.

Dalam menggunakan waktu luang merupakan salah satu cara untuk mengembangkan diri termasuk kegiatan yang meningkatkan kesadaran dan identitas, mengembangkan bakat dan potensi, membangun modal manusia, dan memfasilitasi kerja, meningkatkan kualitas hidup dan berkontribusi pada realisasi mimpi dan aspirasi serta pengembangan rohani. Makna yang terlihat dari pergeseran majalah cetak dan majalah digital memiliki makna yang berbeda pada gaya hidup yang kemudian menentukan selera dalam memilih penggunaan medium dalam menelan informasi, dan ketika emosi yang berkaitan pada pemilihan tersebut tanpa disadari penggunaan *leisure* terdapat pada ruang dan waktu sehingga waktu luang menjadi pilihan sesuai dari karakter dari setiap pembacanya.

Pergeseran makna dari majalah cetak ke digital yang menyebabkan sebagian besar para perempuan peserta *focus group discussion* belum mau berpindah dari majalah cetak ke majalah digital antara lain relasi interpersonal dan emosi. Analisis multimodal membuktikan bahwa relasi interpersonal dan emosi pada majalah cetak lebih tinggi dibandingkan dengan relasi interpersonal dan emosi pada majalah digital. Keadaan majalah digital Femina belum memiliki interaksi yang baik yang menyebabkan para pembaca majalah Femina belum mau berpindah ke majalah digital. Secara emosi para pembaca cetak belum mendapatkan emosi positif sebanyak pada majalah cetak dibandingkan digital.

[Setiadi \(2003, 148\)](#) mendefinisikan gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan) dan apa yang mereka perkirakan tentang mereka sendiri dan dunia sekitarnya. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang untuk mengukur dimensi *activity*, *interest*, dan *opinion*. Berikut dimensi gaya hidup menurut faktor psikografi:

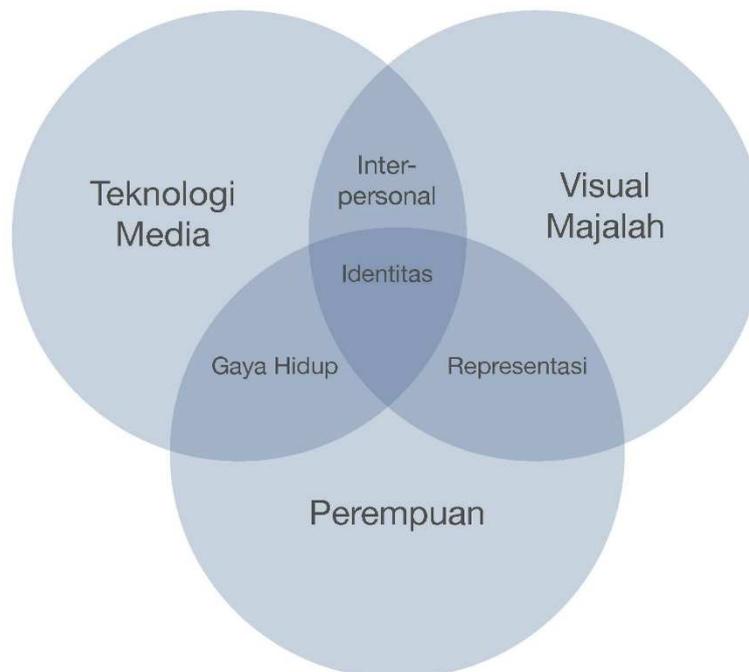
Menurut kondisi dari pembaca majalah Femina perempuan urban di Jakarta, dimensi-dimensi dalam gaya hidup dapat memberikan informasi dalam pemilihan media dalam membaca majalah Femina baik cetak maupun digital. Aktivitas atau *activity* menurut [\(Engel, Blackwell, and Miniard 1994, 385\)](#) mengatakan bahwa aktivitas adalah tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada teman tentang pelayanan yang baru. Sehingga aktivitas dalam membaca majalah merupakan sebuah informasi yang nantinya dapat diceritakan kembali dengan sahabat atau lingkungan sosialnya.

Dimensi minat atau ketertarikan setiap manusia berbeda-beda. *Interest* atau ketertarikan akan semacam objek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus. Seperti dalam ketertarikan pada mode, dan pakaian, serta majalah yang dibaca merupakan minat yang dianggap menarik dalam meluangkan waktu. Waktu yang dimiliki setiap orang akan bergerak maju. Pada prinsipnya waktu luang yang bergerak maju ini akan mengikis habis waktu yang dimiliki. Pemilihan media dalam meluangkan waktu dipermudah dengan menggunakan teknologi. Media cetak dan media digital, merupakan medium untuk meluangkan waktu luang walaupun dalam segi ruang dan waktu memiliki kecepatan yang berbeda tergantung dari minat dan ketertarikan perempuan urban majalah Femina di Jakarta.

Pemilihan medium untuk mendapatkan informasi yang diminati dalam rubrik mode merupakan keputusan dari diri sendiri, walaupun banyak faktor-faktor yang memengaruhinya. Dalam *focus group discussion* adanya delapan perempuan yang terdiri dari demografi yang sama tetapi dengan pekerjaan yang berbeda-beda menjadi penentu dalam menentukan medium yang digunakan untuk mendapatkan informasi. Kebanyakan dari para pembaca perempuan dalam segi pengalaman masih memilih untuk menikmati waktu luangnya dalam membaca majalah cetak dengan memiliki gaya hidup yang sama dengan yang lainnya, tetapi untuk pemilihan majalah digital salah satu dari peserta *focus group discussion* dengan spontan dan lantang memilih majalah digital

karena selain membantu sangat membantu di antara juga menikmati waktu luang di sela pekerjaannya.

Identitas pembaca perempuan urban di Jakarta melalui *focus group discussion* menghasilkan bahwa identitas melalui latar belakang dan gaya hidup yang menjadi diri sendiri. Perempuan urban di Jakarta dalam menghadapi teknologi media melalui visual.



Gambar 2 Irisan Pembaca Perempuan menghadapi Teknologi Media melalui Visual Majalah

Ketika sebuah teknologi memiliki interaksi kepada subyek dengan memproduksi bentuk-bentuk yang mampu melengkapi pertemuan tersebut sehingga membentuk sebuah makna yang berbeda maka kemungkinan hubungan interaksi dengan teknologi memiliki ruang dan waktu yang berbeda. Ranah yang terlihat (*tangible*) seara simbolik pada majalah memiliki pertukaran dengan ranah yang tidak terlihat (*intangible*) untuk membangun relasi-relasi yang menciptakan pertukaran antara ruang manusia pada sebuah karya seni.

Ketika perempuan memandang sebuah teknologi memiliki interaksi kepada subyek dengan memproduksi bentuk-bentuk yang mampu melengkapi pertemuan tersebut sehingga membentuk sebuah makna yang berbeda maka kemungkinan hubungan interaksi dengan teknologi memiliki ruang dan waktu yang berbeda. Ranah yang terlihat (*tangible*) seara simbolik pada majalah memiliki pertukaran dengan ranah yang tidak terlihat (*intangible*) untuk membangun relasi-relasi yang menciptakan pertukaran antara ruang manusia melalui media yang dipilihnya.

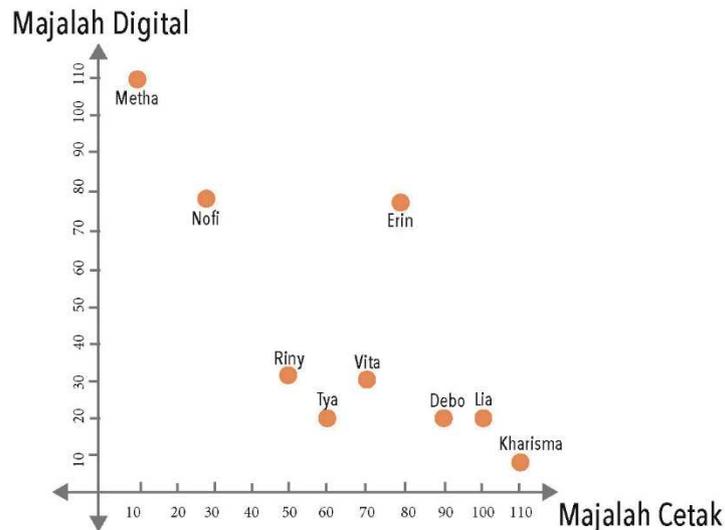
Para perempuan urban di Jakarta memiliki karakteristik dan latar belakang yang berbeda, walaupun secara lingkup sosial hampir menyerupai antara satu dengan yang lain. Gaya hidup dari masing-masing individual yang terbentuk dapat direpresentasikan melalui visual dan cara mereka dalam menggunakan teknologi media dalam membaca majalah cetak dan digital. Menurut para peserta *focus group discussion* yang mewakili di bidangnya masing-masing, bahwa penggunaan media untuk mengonsumsi informasi rubrik mode dari majalah cetak ke digital dipengaruhi oleh beberapa hal di antaranya seperti tabel di bawah ini.

Tabel 3 Tabel peserta FGD dalam Memandang Majalah Cetak dan Digital

Nama	Umur	Pekerjaan	Waktu Konsumsi	Tempat Konsumsi	Pemilihan Media
Metharani	31 tahun	Blogger/sutradara	kapan pun	di mana pun	Digital
Lia Tadli	34 tahun	Ibu rumah tangga	waktu senggang	pesawat	Cetak
Kharisma	35 tahun	Konsultan	waktu senggang	rumah	Cetak
Debora	30 tahun	Desainer fashion	ketika menunggu	dokter	Cetak
Erin	35 tahun	Stylist	siang	kantor	Digital/cetak
Nofi	35 tahun	Redaktur Pelaksana	Siang, malam	rumah, kantor	Digital/Cetak
Vita	27 tahun	Pengusaha	waktu senggang	rumah	Cetak
Tya	29 tahun	Ibu rumah tangga	waktu senggang	rumah	Cetak
Riny	33 tahun	Banker	waktu senggang	rumah	Cetak

Hasil dari *focus group discussion* dari para pembaca majalah Femina bahwa pengguna digital menggunakan kebanyakan selain untuk membantu dalam pekerjaannya juga membutuhkan kecepatan dalam mengakses informasi sehingga menggunakan majalah digital. Komputer tablet sangat membantu dalam mendapatkan informasi yang diperlukan bukan hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk pekerjaannya.

Beberapa perempuan lebih memilih menggunakan cetak dengan banyak menggunakan waktu senggang karena merasa ketika membaca dengan menggunakan majalah cetak setiap isi dari majalah dapat dinikmati dan dipahami secara keseluruhan sedangkan ketika menggunakan majalah digital hanya ingin melihat apa yang diinginkan. Sehingga ketika menggunakan majalah cetak dapat digunakan untuk menghabiskan waktu luang/leisure time bagi para perempuan pembaca Femina. Nilai dalam menggunakan majalah cetak dan digital berbeda ketika para perempuan pembaca memaknai ketika majalah cetak lebih mendapatkan informasi dan lebih menghayati dari isi dan informasi dengan menggunakan media cetak. Sedangkan ketika pembaca menggunakan majalah digital merasa sangat menikmati dengan keuntungan yang didapatkan dari majalah digital dengan kecepatan informasi dan waktu juga ruang tidak terbatas.



Gambar 3 Grafik Penggunaan Majalah Cetak dan Digital pada Perwakilan Perempuan Urban di Jakarta.

Sumber: Penulis

Metha memilih untuk menggunakan majalah digital untuk membaca majalah Femina. Selain untuk kebutuhan yang membutuhkan waktu yang cepat tetapi juga kebutuhan dalam pekerjaan sangat membantu dalam penggunaan computer tablet. Kharisma tetap memilih menggunakan majalah cetak untuk membaca Femina, karena adanya relasi interpersonal yang sangat dekat menyebabkan membaca menggunakan majalah cetak merupakan *leisure time* untuk dirinya. Nofi sebagai redaktur pelaksana di sebuah majalah dan Erin yang sebagai stylist di majalah memiliki kebutuhan dalam menggunakan computer tablet untuk membaca rubrik mode untuk majalah digital. Namun ketika menghabiskan waktu dengan santai mereka lebih merasa santai dan lebih menikmati waktunya dengan majalah cetak. Debo, Lia, dan Tya lebih senang menggunakan majalah cetak walaupun jika tidak ada pilihan mereka dapat menggunakan majalah digital. Riny dan Vita lebih senang menghabiskan waktu luang dengan majalah cetak walaupun terkadang jika dibutuhkan dapat menggunakan majalah digital. Dilihat dari grafis di atas bahwa identitas setiap perempuan urban mempengaruhi dalam memilih media yang paling nyaman digunakan. Kebanyakan dari para nara sumber lebih memilih majalah cetak, dapat disebabkan karena majalah digital Femina belum dapat memberikan relasi interpersonal sebaik media cetak majalah Femina.

Pergeseran visualisasi majalah yang mencerminkan pergeseran representasi perempuan di Indonesia memiliki pengaruh dalam pergeseran budaya antara majalah cetak ke majalah digital. Menghasilkan makna representasi perempuan dalam memandang digitalisasi. Nilai-nilai yang bergeser pada perempuan urban di Jakarta dalam menghadapi teknologi pada majalah menyebabkan makna yang merupakan representasi dari perempuan urban di Jakarta mengalami pergeseran. Pertentangan dalam majalah cetak ke digital dalam lingkup majalah cetak dan digital melalui keterpisahan tersebut meliputi:

Tabel 5 Tabel peserta FGD dalam Memandang Majalah Cetak dan Digital

No	Makna Teknologi Cetak Terhadap Perempuan Urban	Makna Teknologi Digital Terhadap Perempuan Urban
1	Perempuan urban di Jakarta dalam relasi kebutuhannya masih memilih menggunakan majalah cetak dalam mengisi waktu luang.	Kebutuhan informasi tepat bagi para perempuan pengguna digital dalam mengonsumsi informasi yang diperlukan.

2	Secara sadar dan tidak sadar seseorang mencakup fungsi penampilan dan penilaian pribadi untuk menghadirkan identitas dari penilaian terhadap keseluruhan pilihan sesuai selera yang mencakup satu kesatuan utuh.	Menghargai waktu sehingga membutuhkan kecepatan dalam mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan oleh para pembaca perempuan urban di Jakarta yang memilih majalah digital.
3	Perempuan urban di Jakarta yang merupakan perempuan modern tetapi memiliki keunikan dengan konsep membedakan dirinya dari yang lain melalui identitas individunya sesuai selera.	Kebutuhan akan digital membuat perempuan memiliki identitas yang memengaruhi dirinya sendiri dan berfluktuasi untuk proses pengembangan dirinya lewat digitalisasi dengan struktur kualitas diri.

Dari pengkajian proses pergeseran cetak dan digital, terlihat bahwa makna perempuan dalam menghadapi digitalisasi. Representasi perempuan dalam pergeseran digitalisasi menghasilkan identitas dari konsep diri dari perempuan dalam relasinya pada teknologi dan media majalah.

Rubrik mode pada majalah cetak pada pembaca perempuan urban di Jakarta yang memiliki latar belakang faktor-faktor gaya hidup mulai dari aktivitas, minat, opini, dan demografi yang sesuai dengan pembaca. Dikarenakan faktor-faktor tersebut maka gaya hidup perempuan urban yang memiliki selera yang berbeda dalam menentukan medium apa yang digunakannya. Ketika para perempuan memilih majalah cetak sebagai medium untuk mendapatkan informasi rubrik mode, waktu luang atau lessure merupakan pilihan yang menjadi pilihan perempuan urban untuk menikmati waktu dalam membaca majalah Femina melalui cetak.

Makna yang dihasilkan ketika membaca rubrik mode melalui majalah cetak memiliki faktor yang dipengaruhi oleh gaya hidup meliputi ekonomi, sosial, dan budaya. Pertukaran dalam ranah tersebut dikatakan sebagai dialektika relasional yang setiap bagian dari pertukaran tersebut memiliki pertentangan bukan hanya pada teknologi tetapi berdampak pada perempuan urban pembaca majalah Femina di Jakarta. Sebuah karya seni dari rubrik majalah mode dibedah secara fisik, visual, teknologi, dan budaya dengan masing-masing perubahannya memiliki pergeseran melalui keseluruhan terutama pada hierarki budaya yang berdampak pada sosial dan ekonomi.

Berdasarkan pengalaman para pembaca melalui *focus group discussion* yang dilakukan, para pembaca yang mewakili dari para perempuan pembaca sesuai dengan umur, pekerjaan, sosial ekonomi, dan tempat tinggal, bahwa menunjukkan kecenderungan baru, pembaruan dan kualitas dari medium yang bergeser. Rubrik mode memiliki kapabilitas dalam membantu untuk melihat dunia dan berperilaku di dalamnya.

Sehingga dengan demikian rubrik mode, sebagai lembaga budaya yang membantu para pembaca untuk memahaminya lewat caranya sendiri. Meskipun kedua media melalui rubrik mode tampil dengan fitur-fitur masing-masing, pergeseran yang terasa dalam segi budaya merupakan waktu luang atau relaksasi dan cara memaknainya. Hasil yang terdapat pada pembedahan ini melalui *focus group discussion*, bahwa alasan utama dalam memilih dengan salah satu medium yang ada. Dalam waktu luang membaca dengan majalah cetak lebih santai dan menikmati dari setiap informasi yang didapatkan.

Waktu luang yang digunakan pada majalah digital merupakan waktu yang berada dalam penggunaannya dengan dapat mengerjakan sesuatu yang lain. Keduanya merupakan waktu luang tetapi ketika dimaknai ketika ruang dan waktu memiliki makna yang berbeda ketika menggunakan medium yang berbeda. Kecepatan dalam

menggunakan medium yang berbeda menghasilkan makna pada waktu luang yang berbeda dalam ruang dan waktu. Pergeseran makna dari digitalisasi teknologi pada perempuan urban di Jakarta dipengaruhi oleh faktor-faktor dari budaya, teknologi, dan visual rubrik mode majalah Femina.

Simpulan

Pergeseran majalah cetak ke digital merupakan salah satu revolusi teknologi pada media yang berkembang sekarang ini. Majalah Femina yang hadir semenjak tahun 1972 menyajikan informasi untuk perempuan Indonesia, menjadi salah satu alat pertukaran informasi bagi para perempuan Indonesia khususnya dalam mode. Penggunaan media yang dipilih oleh para perempuan urban di Jakarta selain interpersonal dan emosi dari masing-masing media terhadap pembacanya, namun juga dilatarbelakangi oleh kebutuhan dalam menggunakan media. Menurut *focus group discussion* adanya identitas pengguna media digital dan identitas pengguna media cetak sesuai dengan kapabilitas yang latarbelakangi sesuai kebutuhannya.

Cara pandang individual dalam berbudaya cetak dan digital memiliki karakteristik yang berbeda secara budaya. Karakteristik tersebut antara lain melihat segala sesuatu yang bersifat kesinambungan dalam ruang dan waktu. Budaya yang berbeda pada media cetak dan digital menghasilkan cara pandang perempuan urban di Jakarta dalam mengkonsumsi pesan dari medium yang berbeda mempengaruhi ruang dan waktu yang berbeda. Perbedaan budaya ruang dan waktu pada cetak dan digital membawa cara pandang baru yang konfiguratif, tindakan, dan fungsi media dalam penyampaian pesan. Penghargaan perempuan urban Jakarta pada waktu, sehingga membutuhkan kecepatan dalam mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan oleh para pembaca perempuan urban di Jakarta yang memilih majalah digital. Menggunakan majalah digital lebih banyak membaca yang hanya kita ingin baca sedangkan pada majalah cetak lebih menghayati keseluruhannya sesuai dengan waktu.

Saran untuk praktisi merupakan bagian dari sudut pandang dalam memanfaatkan teknologi lewat budaya. Majalah digital Femina belum memiliki relasi interpersonal sebanyak majalah cetak. Sehingga diperlukan adanya relasi interpersonal yang lebih baik, sehingga mewujudkan selera pengguna majalah cetak untuk lebih memilih majalah digital. Perkembangan dalam segi desain komunikasi visual pada majalah digital rubrik mode diharapkan lebih memiliki interaksi dengan pembacanya dibandingkan dengan majalah cetak. Desain sangat berpengaruh pada keinginan untuk memenuhi hasrat dalam mengkonsumsi sesuatu yang dibutuhkannya. Visualisasi yang memiliki inetraktif akan lebih menarik bagi para pembaca untuk mendapatkan emosi dan relasi interpersonal.

Majalah yang berkembang cukup baik di Indonesia dengan dominasi para perempuan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan merupakan bagian yang dapat dikembangkan untuk ke depannya. Secara praktik bahwa perkembangan majalah digital di Indonesia masih di bawah, dibandingkan dengan majalah cetak. Dominasi perempuan Indonesia dalam membaca majalah lebih memilih untuk menggunakan cetak dibandingkan dengan digital. Bukan berarti perempuan Indonesia tertinggal secara teknologi dengan negara yang lain.

Penggunaan barang-barang teknologi perempuan Indonesia tak kalah dengan di negara lain. Tetapi untuk pembacaan secara teknologi dan budaya dalam menggunakan media cetak dan media digital memiliki perbedaan dalam segi mengonsumsinya. Diharapkan untuk ke depannya dapat lebih meneliti tentang harapan dalam totalitas para perempuan dari seluruh Indonesia sehingga dapat lebih mengetahui keadaan yang dibutuhkan oleh para perempuan dalam menghadapi teknologi di era yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris. 2005. *Cultural studies : teori dan praktik*. Translated by Tim Kunci Cultural Studies Center. edited by Tim Kunci Cultural Studies Center. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Baxter, Leslie A. 2004. "A tale of two voices: Relational dialectics theory." *Journal of Family Communication* 4 (3-4): 181-192. <https://doi.org/10.1080/15267431.2004.9670130>.
- Bernard, Hennessy. 1990. *Pendapat Umum*. Translated by Aminudin Nasution. Cetakan kedua ed. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- . 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Engel, James F, Roger D Blackwell, and Paul W Miniard. 1994. *Perilaku konsumen*. Translated by F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Grave, Michel, and Yvon Le Lous. 1994. "Visualization Services in Large Scientific Computing Centres." *Visualization in Scientific Computing*, edited by Michel Grave, Yvon Le Lous and W. T. Hewitt, 10-19Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-77902-2_2.
- Jabr, Ferris. 2013. "The Reading Brain in the Digital Age: Why Paper Still Beats Screens." SCIENTIFIC AMERICAN. Last Modified November. Accessed 15 Juni. <https://www.scientificamerican.com/article/the-reading-brain-in-the-digital-age-why-paper-still-beats-screens/>.
- Kuntowijoyo. 1997. "Menuju Ilmu Sosial Profetik." *Republika*, Agustus, 1997.
- Mc.Quail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pieper, Josef. 1952. *Leisure: The basis of culture*. New York: The New.
- Sabana, Setiawan, and Hawe Setiawan. 2011. *Jagat kertas*. Bandung: Garasi.
- Schmidt, Dorothy. 1980. "Magazines, technology, and American culture." *Journal of American culture* 3 (1): 3-16. https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1980.0301_3.x.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.

Straubhaar, J., R. LaRose, and L. Davenport. 2008. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Cengage Learning.

van Eymeren, Margawati 2014. *Media komunikasi dan dampaknya terhadap kebudayaan: analisis atas pandangan Herbert Marshall McLuhan*. Jakarta: Pusat Kajian Filsafat dan Pancasila.