

**REPRESENTASI VISUAL PEREMPUAN PADA SAMPUL MAJALAH
FEMINA INDONESIA (EDISI TAHUN 1974 & 2021) : ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**

(Skripsi)

Oleh

**REGINA AULIA
NPM 2216031124**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

REPRESENTASI VISUAL PEREMPUAN PADA SAMPUL MAJALAH *FEMINA INDONESIA* (EDISI TAHUN 1974 & 2021) : ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Oleh

REGINA AULIA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi visual perempuan pada sampul Majalah *Femina* edisi tahun 1974 dan 2021 dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini berfokus pada pembacaan tiga level makna denotatif, konotatif, dan mitologis yang terbentuk melalui elemen visual seperti pose, busana, riasan, dan warna. Pendekatan sejarah visual digunakan untuk memahami bagaimana konteks sosio-kultural pada masing-masing periode memengaruhi konstruksi citra perempuan di media populer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sampul *Femina* tahun 1974 merepresentasikan perempuan sebagai figur domestik yang patuh, anggun, dan dibingkai dalam norma kepantasan era Orde Baru. Pada level konotasi, visual ini memperkuat ideologi yang menempatkan perempuan sebagai penjaga stabilitas keluarga dan moralitas publik. Pada level mitos, representasi tersebut memperlihatkan bagaimana media turut melanggengkan kontrol simbolik terhadap tubuh dan peran perempuan. Sebaliknya, sampul *Femina* edisi 2021 menampilkan perempuan modern yang lebih ekspresif, percaya diri, dan berdaya. Penggunaan warna cerah, pose dinamis, serta gaya busana yang lebih variatif mencerminkan nilai-nilai baru di era digital. Pada level mitologis, representasi ini menandakan bergesernya ideologi feminitas dari kepatuhan menuju agensi dan kemandirian. Secara keseluruhan, perbandingan kedua periode menunjukkan adanya pergeseran makna visual yang tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga ideologis. Media, dalam hal ini *Femina*, berperan sebagai ruang komunikasi budaya yang mengonstruksi, menegosiasi, dan mereproduksi citra perempuan sesuai dinamika zaman. Penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi visual, gender, dan budaya populer dengan menunjukkan bagaimana representasi perempuan di media Indonesia berubah dari era Orde Baru hingga era digital.

Kata Kunci : Representasi visual, perempuan, sampul majalah, *Femina*, semiotika Roland Barthes, konstruksi gender, budaya visual.

ABSTRAC

VISUAL REPRESENTATION OF WOMEN ON THE COVERS OF FEMINA MAGAZINE INDONESIA (1974 & 2021 EDITIONS): A SEMIOTIC ANALYSIS OF ROLAND BARTHES

By

REGINA AULIA

This study examines the visual representation of women on the covers of Femina magazine published in 1974 and 2021 through a qualitative approach supported by Roland Barthes' semiotic framework. The analysis focuses on three levels of meaning, denotative, connotative, and mythological constructed through visual elements such as pose, clothing, makeup, and color. A visual-historical perspective is applied to contextualize both editions within the socio-cultural conditions that shaped media portrayals of women in their respective eras. The findings reveal that the 1974 covers depict women as domestic, graceful, and morally regulated figures consistent with New Order gender norms. On a connotative level, these visuals reinforce the ideology, which frames women as guardians of family stability and public morality. At the mythological level, the representation demonstrates how media participated in maintaining symbolic control over women's bodies and social roles. In contrast, the 2021 covers present women as expressive, confident, and empowered individuals. The use of vibrant colors, dynamic poses, and diverse fashion styles reflects contemporary values in the digital era. On a mythological level, the imagery indicates a shift in cultural ideology from compliance toward autonomy and agency. Overall, the comparison between the two periods demonstrates that the shifts in visual representation are both aesthetic and ideological. Femina functions as a cultural communication space that constructs and renegotiates the meanings of womanhood across different historical contexts. This study contributes to visual communication, gender studies, and popular culture research by highlighting how the representation of women in Indonesian media has transformed from the New Order era to the contemporary digital age.

Keywords : *Visual representation, women, magazine cover, Femina, Roland Barthes's semiotics, gender construction, visual culture.*

**REPRESENTASI VISUAL PEREMPUAN PADA SAMPUL MAJALAH
FEMINA INDONESIA (EDISI TAHUN 1974 & 2021) : ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES**

Oleh

REGINA AULIA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

: **REPRESENTASI VISUAL PEREMPUAN
PADA SAMPUL MAJALAH FEMINA
INDONESIA (EDISI TAHUN 1974 & 2021) :
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES**

Nama Mahasiswa

: **Regina Aulia**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2216031124

Program Studi

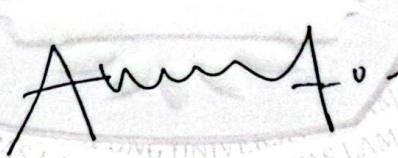
: Ilmu Komunikasi

Fakultas

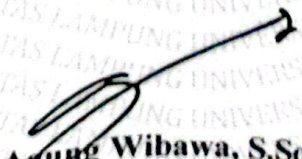
: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Purwanto Putra, S. Hum., M. Hum.
NIP 198810082019031007

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

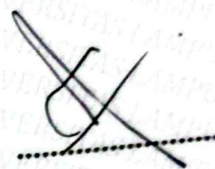
Ketua

: Dr. Purwanto Putra, S. Hum., M. Hum.



Penguji Utama

: Dr. Abdul Firman Ashaf, S.IP., M.Si



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Guslina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Desember 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Regina Aulia
NPM : 2216031124
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Imam Bonjol Gg. Merdeka, RT/RW, Kel/Desa
Hadimulyo Barat, Kec. Metro Pusat, Metro.
No. Handphone : 085925350193

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“REPRESENTASI VISUAL PEREMPUAN PADA SAMPUL MAJALAH *FEMINA INDONESIA* (EDISI TAHUN 1974 & 2021) : ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 4 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Regina Aulia
2216031124

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Regina Aulia, lahir di Metro pada tanggal 2 September 2004. Penulis merupakan putri pertama dari dua bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Agus Nurul Fuad dan Ibu Ning Risawati, A.Md.Kes. Pendidikan formal penulis dimulai di TK Pertiwi Metro, kemudian melanjutkan ke SD Pertiwi Teladan Kota Metro. Penulis melanjutkan pendidikan menengah di SMP Negeri 1 Metro pada tahun 2016, dan pada tahun 2019 diterima sebagai siswi SMA Negeri 3 Metro, serta dinyatakan lulus pada tahun 2022. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Lampung dan terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selama menjalani masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi kemahasiswaan. Penulis tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi sebagai anggota bidang *Advertising* pada periode 2023/2024, dan kembali dipercaya sebagai pengurus bidang *Advertising* pada periode 2024/2025. Selain itu, penulis juga berperan sebagai *PIC EazyTalk 2023/2024*, serta terlibat dalam program kerja *Content Writer*, dan pernah mengemban tugas sebagai sekretaris kelas HMJ *Adsternal 1*. Pada semester 6 (enam), penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) periode pertama selama 30 hari yang berlokasi di Desa Payung Mulya, Kecamatan Pubian, Kabupaten Lampung Tengah. Pengalaman tersebut turut memperluas wawasan penulis terkait dinamika sosial masyarakat dan penerapan ilmu komunikasi di lapangan.

MOTTO

“Do not grieve; indeed, Allah is with us.”

Surah At-Tawbah, 9:40

“Keep on going with your silly dream,

Life is prettier than it may seem.”

Laufey

*“Make the mistakes, take the risks, be lost, be found, do the things that feel right.
Let this be a time where you get to know yourself, and figure the rest out later.
For now, enjoy the ride.”*

a 20 something girl

*“Some days I break, some days I bloom, but still choose becoming. Because the
shows must go on. So, whatever scares you, but excites you, do it anyway!”*

Sincerely, e.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah meridhai setiap langkah hamba-Nya hingga karya ini dapat terselesaikan.

Dengan penuh rasa syukur, cinta, dan kebanggaan, karya ini kupersembahkan untuk:

Ayahku, Papa Agus Nurul Fuad,
yang tidak pernah berhenti menjadi sumber kekuatan, teladan, dan doa dalam
diam. Ibuku, Mama Ning Risawati, A.Md.Kes.,
yang dengan kasih sayang, ketulusan, dan pengorbanan tanpa batas selalu
menguatkan dan membimbingku sampai sejauh ini.

Adikku tersayang, yang menjadi alasan untuk terus maju dan menjadi yang
terbaik.

Para guru dan dosenku, yang telah membuka pintu ilmu dan memberikan
bimbingan berharga sepanjang perjalanan akademik ini.

Almamater tercinta, Universitas Lampung, tempat aku bertumbuh, belajar, dan
menemukan arti perjuangan.

Tanah airku, Indonesia,
yang tetap menjadi asal dan membangun harapan.

Dan untuk diriku sendiri, Regina Aulia,
yang telah bertahan, berproses, jatuh bangun, lalu berdiri kembali hingga akhirnya
dapat menyelesaikan karya ini dengan sepenuh hati.

Semoga karya ini menjadi bentuk bakti dan terima kasihku kepada keluarga, guru,
sahabat, dan semua pihak yang telah mendoakan, mendukung, dan kebersamai
perjalanan ini hingga tuntas.

SANWACANA

Alhamdulillah *rabbi'l'alamin*, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul: **“REPRESENTASI VISUAL PEREMPUAN PADA SAMPUL MAJALAH *FEMINA INDONESIA* (EDISI TAHUN 1974 & 2021) : ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES”** sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, karya ini mungkin tidak dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung. Terima kasih banyak atas berbagai masukan dan saran baik bagi penulisan skripsi, maupun pada keseluruhan proses akademik penulis.
5. Bapak Dr. Purwanto Putra, S. Hum., M. Hum. selaku dosen pembimbing skripsi juga sosok yang senantiasa menginspirasi penulis. Terima kasih

banyak atas setiap ilmu, bimbingan, masukan, dan saran yang sangat berharga, baik selama menuliskan skripsi ini, juga selama keseluruhan proses belajar penulis di Universitas Lampung.

6. Bapak Dr. Abdul Firman Ashaf, S.IP., M.Si selaku dosen pembahas skripsi pada seminar proposal dan seminar hasil penulis. Terima kasih atas masukan dan saran yang begitu berharga bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Ibu Zaimasuri, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing akademik penulis, atas bantuan yang diberikan dalam membimbing penulis menempuh perjalanan akademik di Universitas Lampung.
8. Seluruh dosen, staf administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis selama kuliah sampai saat ini.
9. Untuk keluarga, saudara, serta sahabat penulis. Terima kasih banyak atas waktu dan kesediaannya untuk berbagi ilmu, pengalaman dan bertukar pikiran dalam berbagai hal, baik yang mendukung penulisan skripsi ini maupun hal lain yang bermanfaat bagi pribadi penulis.
10. Orang tua penulis, Mama dan Papa, yang dengan luar biasa membersamai dan memberikan kasih, doa, dan dukungan yang tidak terhingga selama proses penulisan skripsi ini.
11. Adik penulis, Vee, yang menjadi pemantik semangat bagi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Lingkaran S. Mif & Oriza, terima kasih telah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan. Penulis sangat bersyukur kita dipertemukan pada momen lucu di bawah pohon beringin yang kemudian menjadi awal perjalanan pertemanan yang berarti.
13. Kepada Jessy, terima kasih telah memberikan kenangan-kenangan hangat, termasuk pernah menjadikan penulis *passenger princess*.
14. Kepada teman-temanku tersayang, Geprek (Halim, Nanda, Poyen, Tiki, Wina, dan Woko), terima kasih karena tiba-tiba hadir di semester lima, dan tetap bertahan dalam masa sulit hingga penghujung perjalanan perkuliahan. Penulis sangat bersyukur dapat mengenal kalian semua.

15. Kepada anak-anakan Belu (Ardan, Fani, Ferdy, Ridho, Rey, Wil, Zakiya, dan Zavira), terima kasih untuk seluruh cerita baik, beserta kejahilan-kejahilannya. Secara khusus kepada Zavira, terima kasih karena telah menjadi kakak yang mengajarkan banyak hal. *I truly enjoyed our time together.*
16. Kepada Pasien NIKI (Aay, Wina, dan Zavira), terima kasih karena selalu menjadi tempat penulis bercerita dan berbagi keluh kesah.
17. Kepada Bismillah Jamet (Coco, Fai, Kobe, Lal, Mbak Aqis, dan Meilisa), terima kasih telah bertahan hingga akhir dan selalu menemani. Terlebih untuk “cabang Univ Gedong Meneng”, terima kasih sudah selalu ada.
18. Kepada keluarga besar *Advertising* 21, 22, dan 23, khususnya EazyTalk 23, terima kasih karena telah menjadi rumah kedua yang membuat penulis merasa “terlihat” dan “diterima”.
19. Kepada teman-teman KKN Payung Mulya (Abang, Dinda, Dira, Gita, Mostaf, dan Zahrah), terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan cerita selama 30 hari yang penuh pengalaman.
20. Kepada keluarga besar (Mamak, Bapak, Mbah Akung, Mbah Uti, dan seluruh keluarga lainnya), terima kasih atas doa dan cinta yang tidak pernah putus. Terimakasih selalu bisa menjadi tempat “rumah” ketika penulis pulang dari perantauan. Secara khusus kepada Bina dan Mamang, terima kasih telah sering menjadi pendengar setia cerita penulis sampai larut malam.
21. Kepada orang-orang terdekat yang penulis sayangi, yang selalu memberi ruang aman, dukungan, dan motivasi untuk bertumbuh, penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya.
22. Kepada Elvira, Faza, Diva serta seluruh teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi Unila angkatan 2022 atas kebersamaan, bantuan dan kenangan yang indah baik selama penulisan skripsi ini maupun keseluruhan perjalanan studi penulis.
23. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan bantuan menjadi amal dan kembali kepada setiap individu sebagai hal-hal yang baik.
24. Terakhir, kepada Egi, seluruh sisi diri penulis sendiri. Terima kasih atas keteguhan, komitmen, dan ketulusan yang telah sepenuh hati berproses pada tahap ini, baik dalam menyelesaikan penelitian maupun dalam setiap

perjalanan yang telah ditempuh. Semoga senantiasa menjadi pribadi yang tangguh dan memberi kebermanfaatan bagi sekitar.

Terima kasih sekali lagi penulis ucapkan kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini, baik yang tertulis maupun tidak tertulis namanya, dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dalam sanwacana ini. Penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi keberlangsungan proses pembelajaran, penelitian, dan pengabdian pada bidang Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung juga bagi bangsa dan negara Indonesia.

Bandar Lampung, 12 Desember 2025
Penulis,

Regina Aulia

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Representasi Visual di Media	15
2.1.2 Citra Perempuan dalam Media Populer	17
2.1.3 Budaya Visual dan Simbolisasi.....	19
2.2 Kajian Teori.....	20
2.2.1 Semiotika Roland Barthes.....	20
2.2.2 Encoding (Representasi) Stuart Hall	25
2.3 Kajian Konseptual	26
2.3.1 Majalah <i>Femina</i> sebagai Medium Budaya	26
2.3.2 Elemen Visual dalam Analisis Media	30
2.4 Konsep-Konsep Kunci Penelitian	32
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
3.2 Objek Penelitian	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38

3.4.1 Dokumentasi Visual.....	38
3.4.2 Studi Pustaka	38
3.4.3 Interpretasi Konteks Sejarah Visual.....	39
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.5.1 Analisis Denotatif	39
3.5.2 Analisis Konotatif.....	40
3.5.3 Analisis Mitos	40
3.5.4 Pembacaan Konteks Historis	40
3.6 Keabsahan Data.....	41
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Sampul <i>Femina</i> Tahun 1974	43
4.1.2 Sampul <i>Femina</i> Tahun 2021	45
4.2 Hasil	46
4.2.1 Analisis Denotasi dan Konotasi Sampul Majalah <i>Femina</i>	46
4.2.2 Analisis Representasi (Encoding) dalam Perspektif <i>Cultural Studies</i> Stuart Hall	71
4.2.3 Analisis Mitos Sampul Majalah <i>Femina</i>	74
4.3 Pembahasan.....	79
4.3.1 Pergeseran Visual	79
4.3.2 Pergeseran Makna.....	82
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Women in national parliaments (% seats held by women) 1970-2023	5
Gambar 2. 1 Bagan Two Order of Signification oleh Roland Barthes	22
Gambar 4. 1 Sampul Majalah <i>Femina</i> Edisi No. 35 Tahun 1974.....	43
Gambar 4. 2 Sampul Majalah <i>Femina</i> Edisi No. 39 Tahun 1974.....	44
Gambar 4. 3 Sampul Majalah <i>Femina</i> Edisi No. 01 Tahun 2021.....	45
Gambar 4. 4 Sampul Majalah <i>Femina</i> Edisi No. 02 Tahun 2021.....	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Konsep-Konsep Kunci Penelitian Mengenai Representasi Visual Perempuan.....	32
Tabel 4. 1 Analisis Sampul Majalah Femina Edisi No. 35 (1974).....	46
Tabel 4. 2 Justifikasi Isi Majalah Femina No. 35 (1974).....	51
Tabel 4. 3 Analisis Sampul Majalah Femina Edisi No. 39 (1974).....	52
Tabel 4. 4 Justifikasi Isi Majalah Femina No. 39 (1974).....	56
Tabel 4. 5 Analisis Sampul Majalah Femina Edisi No. 01 (2021).....	58
Tabel 4. 6 Justifikasi Isi Majalah <i>Femina</i> No. 01 (2021).....	62
Tabel 4. 7 Analisis Sampul Majalah Femina No. 02 (2021).....	65
Tabel 4. 8 Justifikasi Isi Majalah Femina No. 02 (2021).....	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Gambar Sampul Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 35	99
Lampiran 2 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 35 Halaman 32	101
Lampiran 3 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 35 Halaman 33	102
Lampiran 4 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 35 Halaman 36	103
Lampiran 5 Gambar Sampul Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39	104
Lampiran 6 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 32	105
Lampiran 7 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 32	106
Lampiran 8 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 34	107
Lampiran 9 Gambar Sampul Majalah Femina Tahun 2021 Edisi No. 01	108
Lampiran 10 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 20	109
Lampiran 11 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 22	110
Lampiran 12 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 32	111
Lampiran 13 Gambar Sampul Majalah Femina Tahun 2021 Edisi No. 02	112
Lampiran 14 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 21	113
Lampiran 15 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 25	114
Lampiran 16 Gambar Isi Majalah Femina Tahun 1974 Edisi No. 39 Halaman 28	115

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam lingkup komunikasi, media massa tidak muncul begitu saja sebagai instrumen penyebaran informasi, tetapi merupakan hasil dari perkembangan teknologi dan kebutuhan sosial yang kompleks. Shirley Biagi (2010) menjelaskan bahwa media massa awalnya lahir sebagai alat untuk menyatukan populasi yang tersebar luas melalui berita dan hiburan, dengan fungsi utama sebagai penghubung antarwarga negara dalam kehidupan demokratis. Di Indonesia, ketika masyarakat makin terhubung melalui media, maka pengaruh media terhadap nilai-nilai sosial dan budaya pun menjadi tak terelakkan. Konsep ini relevan untuk memahami bagaimana media menjadi representasi sosial budaya masyarakat bukan sekadar saluran informasi.

Hubungan antara media massa dan khalayak dimanfaatkan oleh media untuk menghadirkan informasi yang aktual, relevan, dan orisinal, guna memenuhi ekspektasi masyarakat akan kejelasan suatu peristiwa serta sebagai dasar dalam membentuk opini publik yang terinformasi dengan baik (Ningtyas dkk., 2023). Komunikasi massa merupakan proses di mana lembaga media menghasilkan serta menyebarkan pesan-pesan kepada publik yang luas, sekaligus mencakup bagaimana pesan-pesan tersebut diterima, dimaknai, dan dimanfaatkan oleh audiens (Littlejohn et al., 2017). Media massa memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial dan budaya masyarakat. Hal ini membuktikan, isi media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan makna melalui proses mediasi (Denis McQuail, 2011).

Majalah merupakan salah satu bentuk media massa yang memadukan konten visual dan teks, dengan tujuan menyampaikan informasi, ide-ide feature, serta publikasi bergambar yang dapat menjadi rujukan bagi pembacanya di masa mendatang. Kehadiran majalah dalam sejarah media tidak jauh berbeda dengan surat kabar, baik secara fungsi maupun perkembangan awalnya. Secara global, majalah mulai berkembang di negara-negara Eropa dan Amerika, sedangkan di Indonesia, perkembangan sejarah majalah dapat dibagi dalam empat periode besar: masa awal kemerdekaan, Orde Lama, Orde Baru, dan Reformasi (Pusporini, 2009). Hal ini tercermin dari semakin maraknya majalah yang terbit di Indonesia, yang menunjukkan bahwa majalah menjadi refleksi budaya sekaligus karakter suatu masyarakat (Ningtyas dkk., 2023).

Majalah *Femina Indonesia*, yang diterbitkan oleh *Femina Group*. Majalah ini telah menempati posisi penting dalam industri media cetak Indonesia, khususnya dalam segmen pembaca perempuan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh *Nusa Research* (dalam Istighfarina & Sudrajat, 2017) sebagai perusahaan riset berbasis online dan pemasaran digital yang berinvestasi dari Jepang pada Agustus 2013, *Femina* tercatat sebagai majalah perempuan dengan tingkat kesadaran pembelian tertinggi dibandingkan majalah sejenis lainnya. *Majalah Femina*, sejak awal penerbitannya sebagai media yang memberi ruang bagi perempuan untuk memperoleh informasi sekaligus membayangkan identitas dan gaya hidup yang sesuai dengan perkembangan zaman. Konsistensi keberadaan *Femina* sebagai salah satu majalah perempuan tertua di Indonesia menandakan posisinya yang strategis dalam membentuk opini dan gaya hidup perempuan urban kelas menengah. Sebagai bagian dari segmen media gaya hidup, *Femina* bersaing dan tumbuh bersama majalah lain seperti *Kartini* dan *Cosmopolitan*, yang selama dekade terakhir dikenal luas sebagai media dengan jumlah pembaca perempuan tertinggi di Indonesia.

Keberhasilan *Femina* dalam mempertahankan posisi strategis di tengah kompetisi majalah gaya hidup membuktikan bahwa representasi perempuan dalam setiap edisinya tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memiliki daya persuasi yang kuat terhadap pembacanya. Pernyataan dari Wardhani (2017),

memperkuat posisi *Femina* sebagai salah satu media perempuan paling berpengaruh di Indonesia. Keberadaannya yang telah berlangsung selama puluhan tahun menunjukkan bahwa majalah ini mampu beradaptasi dengan perubahan sosial budaya perempuan urban. Tidak hanya sebagai sumber informasi gaya hidup, *Femina* juga menjadi medium representasi nilai-nilai perempuan Indonesia dari waktu ke waktu. Dengan cakupan yang luas dan daya jangkau yang tinggi, majalah ini memainkan peran penting dalam membentuk citra ideal perempuan melalui narasi dan visual yang dihadapkannya.

Femina, sebagai salah satu majalah perempuan terkemuka di Indonesia sejak 1972, memiliki perjalanan dari majalah bulanan, dwi mingguan, hingga akhirnya menjadi mingguan pada tahun 1981 menunjukkan adaptabilitasnya terhadap kebutuhan informasi perempuan yang terus berubah. Namun, sejak bertransformasi ke format digital, *Femina* tidak lagi terbit mingguan, melainkan dua bulan sekali (*bimonthly*). Perubahan ini menandai adaptasi media terhadap pola konsumsi digital pembaca modern, sekaligus menunjukkan pergeseran strategi redaksional dalam menyajikan isu-isu perempuan di masa sekarang. Visi majalah ini, yaitu mewujudkan perempuan yang mandiri, modern, dan cerdas, tetap berlandaskan budaya Indonesia dan nilai kekeluargaan. Konten yang ditawarkan *Femina* menyajikan berbagai informasi yang relevan bagi perempuan yang mana hal ini terlihat dari rubrik-rubrik yang menampilkan isu-isu keseharian dengan pendekatan lokalitas yang kuat. (Warhani dkk., 2016).

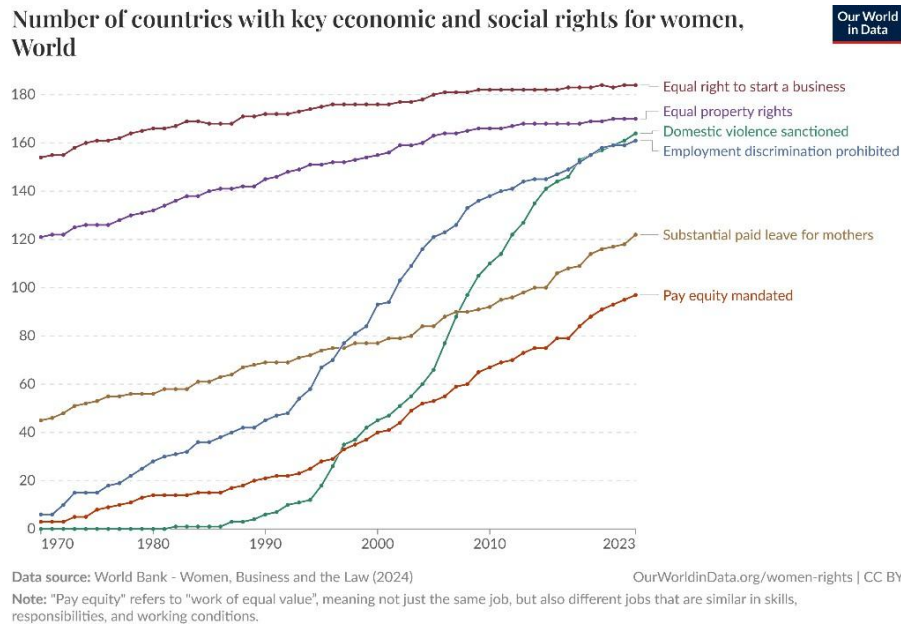
Majalah *Femina*, khususnya melalui visualisasi iklan produk kecantikan pada tahun 2000, merepresentasikan bentuk kekerasan simbolik terhadap perempuan melalui pencitraan tubuh ideal, pemaknaan domestikasi, dan pemaksaan nilai-nilai konsumtif sebagai standar feminitas. Hal ini menunjukkan bagaimana media tidak hanya merefleksikan, tetapi juga mengkonstruksi dan menormalisasi ideologi gender melalui foto-foto iklan, di mana perempuan sering kali diposisikan sebagai objek dari representasi (Fitriana dkk., 2022).

Salah satu bentuk ketidakadilan tersebut muncul dalam bentuk stereotipe berbasis gender, yaitu pelabelan atau penggambaran yang dilekatkan pada perempuan maupun laki-laki, yang pada akhirnya membatasi peran sosial

mereka. Stereotipe ini berakar dari pandangan yang menyederhanakan kompleksitas identitas gender menjadi sifat-sifat tetap dan tidak berubah. Padahal, seperti yang diungkapkan oleh Lippa (2005, dalam Rosyidah & Nurwati, 2019), pemahaman tentang perbedaan gender dapat dijelaskan dari berbagai pendekatan baik yang menitikberatkan pada faktor biologis maupun yang menekankan konstruksi sosial dan kognitif.

Dalam artikelnya, Santoso (1991) "Wanita dan Pembangunan" menyoroti keterlibatan perempuan dalam pembangunan nasional sejak masa Orde Baru yang mana adalah tahun awal penerbitan. Ia mengungkap bahwa perempuan kerap kali menjadi subjek pembangunan tetapi dalam posisi subordinat. Dalam konteks pertanian dan sektor informal di pedesaan, perempuan mengalami pergeseran peran akibat teknologi dan modernisasi, tetapi tetap menghadapi beban ganda. Meskipun tidak membahas representasi media secara langsung, temuan Santoso penting dalam menggambarkan realitas sosial perempuan di era 70-an, yang kemudian direpresentasikan dalam media seperti majalah *Femina*.

Hal ini menunjukkan bahwa minat perempuan terhadap media, khususnya majalah yang menyajikan gaya hidup dan mode, sangat tinggi. Hal ini berhubungan erat dengan meningkatnya kesadaran perempuan akan pentingnya gaya hidup, perawatan diri, dan citra sosial. Majalah perempuan seperti *Femina* juga menghadirkan narasi tentang peran, nilai, dan identitas perempuan melalui rubrik- rubrik visual yang dikurasi secara tematik. Lebih lanjut, Moeran (2006 dalam Wardhani, 2017) menekankan bahwa majalah mode tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun proses sosialisasi kultural. Dalam hal ini, pembaca tidak hanya mengonsumsi visual mode, tetapi juga membentuk refleksi dan keputusan personal melalui model-model perilaku dan representasi yang ditawarkan.



Gambar 1.1. *Women in national parliaments (% seats held by women) 1970-2023*

Sumber: (Our World in Data dengan data dari Inter-Parliamentary Union, 2023)

Representasi perempuan dalam ruang publik mengalami perkembangan signifikan sejak akhir abad ke-20. Salah satu indikator perubahan tersebut terlihat dalam grafik *Women in national parliaments (% seats held by women)* yang diterbitkan oleh Our World in Data (2023). Grafik ini menunjukkan peningkatan persentase perempuan yang menduduki kursi parlemen nasional secara global, mencerminkan tumbuhnya keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks penelitian ini, data tersebut mendukung latar belakang apakah representasi perempuan di media seperti sampul majalah *Femina* edisi 2021 telah bergeser. Oleh karena itu, data kuantitatif ini menjadi dasar yang kuat untuk memahami transformasi ideologis dan visual terhadap peran perempuan dalam masyarakat terglobalisasi.

Majalah, sebagai media yang memadukan teks dan gambar, memiliki peran strategis dalam membentuk standar-standar visual tersebut, terutama majalah perempuan yang secara eksplisit menyoroti isu-isu gaya hidup, kecantikan, dan peran domestik. Dimaksudkan bahwa representasi visual yang ditampilkan di sampul majalah tidak bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh kepentingan

ideologis, nilai-nilai pasar, dan konstruksi gender yang berlaku dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana tubuh perempuan direpresentasikan secara visual dalam majalah populer sebagai bagian dari sistem tanda budaya tentang perempuan itu sendiri.

Visualisasi di sampul majalah *Femina* dari tahun 1974 dan 2021 bisa diposisikan sebagai bagian dari narasi yang dibentuk media atas perempuan baik ala periode tahun awal-awal maupun “perempuan karier” modern yang tetap dibungkus tuntutan visual. Sampul majalah bukan hanya desain permukaan, tetapi merupakan representasi yang dapat memuat simbol-simbol sosial yang berpotensi membentuk opini publik. Seperti di sisi lain gambar karikatur dalam media seperti majalah kerap dipahami publik tidak sekadar sebagai hiasan, tetapi sebagai “kode visual” yang menyampaikan kritik sosial yang tajam dan simbolik (Ningtyas dkk., 2023).

Menurut Kompasiana (2024), *Femina* merupakan salah satu dari tiga besar majalah perempuan paling populer di Indonesia bersama *Cosmopolitan* dan *Kartini*, dan telah menjadi pionir dalam menyuarakan isu-isu perempuan di ranah domestik maupun profesional (Kompasiana, 2024). Dengan status tersebut, *Femina* menjadi media yang tepat untuk dianalisis secara visual dan historis, karena menyimpan rekam jejak representasi perempuan dari masa ke masa.

Temuan-temuan tersebut memperkuat data historis yang menunjukkan bahwa *majalah Femina* juga menempati posisi teratas dalam perolehan iklan di kategori media perempuan. Tingginya daya tarik iklan sekaligus menunjukkan besarnya perhatian publik terhadap konten dan tampilan visual majalah ini (Istighfarina & Sudrajat, 2017). Visual dalam bentuk simbol-simbol yang dibagikan menjadi tanda- tanda baru yang membentuk cara seseorang dipersepsikan oleh orang lain. Dengan demikian, untuk memahami bagaimana representasi perempuan dibentuk dan dikonstruksi dalam media, dibutuhkan pendekatan yang mampu membaca lapisan- lapisan makna yang tersembunyi di balik tanda-tanda visual tersebut.

Seperti yang dijelaskan oleh Jadidah dkk. (2023) globalisasi perlahan-lahan menggeser kebiasaan yang sebelumnya dianggap mapan dan mengakar kuat dalam budaya lokal. Di sinilah peran media menjadi penting sebagai jembatan yang menghubungkan budaya lokal dengan nilai-nilai global, media berkontribusi dalam membentuk konstruksi simbolik yang merepresentasikan nilai baru dalam masyarakat. Hal ini terlihat dalam perubahan cara media menampilkan perempuan, dari sosok yang lekat dengan nilai domestik dan kelembutan, menjadi citra perempuan modern yang mandiri, profesional, dan kompetitif secara global.

Menurut, Hanifah (2011) menekankan bahwa representasi perempuan dalam media tidak lepas dari konstruksi ideologi yang berkembang dalam masyarakat. Dalam konteks globalisasi, proses ini menciptakan ruang negosiasi antara nilai-nilai lokal yang telah lama hidup dalam masyarakat dengan pengaruh budaya global yang terus masuk dan berkembang. Susandhika (2019) turut menyoroti bahwa identitas budaya saat ini bersifat lentur dan selalu terbuka terhadap pengaruh eksternal akibat perjumpaan simbolik lintas budaya. Representasi perempuan dalam sampul majalah *Femina*, misalnya, merupakan wujud dari relasi dinamis antara tradisi lokal dan gaya hidup urban global. Perubahan ini bukan sekadar tanda modernisasi, tetapi juga bagian dari produksi ulang kebudayaan yang terus berlangsung melalui interaksi antara pelaku sosial, struktur budaya, dan wacana media.

Selain itu, representasi perempuan dalam sampul majalah tidak bisa dilepaskan dari proses tanda dan penanda yang melekat dalam setiap elemen visualnya, dari pose tubuh, pilihan busana, riasan wajah, hingga latar visual. Akibatnya, untuk membaca lapisan-lapisan makna yang terkandung dalam representasi ini, pendekatan semiotika Roland Barthes menjadi relevan untuk digunakan. Barthes memberikan kerangka analisis melalui konsep denotasi, konotasi, dan mitos, yang dapat menjelaskan bagaimana makna dalam gambar tidak hanya bersifat eksplisit, tetapi juga sarat dengan konstruksi budaya dan sosial.

Dalam penelitiannya, Respati (2024) membuktikan bahwa setiap elemen visual seperti pose tubuh, atribut, hingga model wajah, mengandung sistem makna

budaya yang memproduksi dan mereproduksi mitos gender sesuai perkembangan zaman. Pendekatan semiotika Roland Barthes menjadi pilihan kerangka yang tepat untuk membaca representasi visual ini secara mendalam mulai dari denotasi yang tampak di permukaan, konotasi, serta mitos ideologis yang tersembunyi di baliknya.

Setelahnya, karena penelitian ini membandingkan dua sampul majalah *Femina* dari dua periode waktu yang berbeda (1974 dan 2021), pendekatan historis digunakan untuk menempatkan analisis visual dalam konteks sosial dan budaya zamannya. Dengan demikian, setiap representasi visual tidak hanya dibaca sebagai fenomena individual, tetapi juga sebagai bagian dari proses kultural yang mengalami pergeseran. Pendekatan historis ini memungkinkan penulis untuk melihat bagaimana makna simbolik mewakili konstruksi visual perempuan berkembang seiring perubahan wacana sosial, budaya, dan media.

Pertanyaan kritis yang muncul adalah apakah terdapat pergeseran representasi dari sosok "perempuan patuh" menuju figur "perempuan profesional", atau justru terjadi pelanggaran stereotipe lama yang dibungkus dalam kemasan modern. Dalam konteks ini, media majalah perempuan menunjukkan adanya proses transformasi visual, terutama sejak menguatnya wacana feminisme yang mulai memberikan ruang bagi perlawanan simbolik terhadap kekerasan dan ketimpangan gender dalam representasi di media (Kozlowski et al., 2020).

Menurut laman resmi *Femina*, sejak awal majalah ini mengusung visi untuk mendorong perempuan menjadi sosok modern, mandiri, dan cerdas tanpa meninggalkan akar budaya Indonesia (*Femina.co.id*, 2022). Penelitian ini membandingkan dua sampul *Femina* dari tahun 1974 dan 2021 untuk menelaah apakah representasi visual perempuan dalam media mengalami pergeseran ideologis akibat pengaruh globalisasi, atau tetap mempertahankan mitos gender lokalitas (feminisme kritis) yang dibungkus dalam format modern. Pendekatan semiotika Roland Barthes menjadi alat analisis utama untuk mengungkap makna-makna visual tersebut pada tiga lapisan: denotasi, konotasi, dan mitos.

Perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan terbentuk melalui proses sosial

yang panjang, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti struktur budaya, dan lain-lain. Proses ini kerap melahirkan pemahaman bahwa peran gender adalah sesuatu yang bersifat kodrati dan tidak dapat diubah, seolah-olah berasal dari ketentuan biologis. Pandangan inilah yang menjadi akar dari berbagai bentuk ketidakadilan gender dalam masyarakat. Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada representasi perempuan sebagai subjek dalam ruang media, khususnya melalui konstruksi peran sosial yang ditampilkan secara visual. Hal ini penting dikaji karena hingga kini masih terdapat ketimpangan dalam nilai, hak, dan peran sosial yang dialami oleh perempuan. Ketimpangan tersebut melahirkan berbagai bentuk gerakan emansipasi perempuan sebagai respons terhadap ketimpangannya. Media, termasuk majalah *Femina*, menjadi salah satu ruang simbolik yang berperan dalam mereproduksi sekaligus menegosiasikan narasi tentang perempuan di tengah masyarakat (Latifah, 2014).

Penelitian ini memilih untuk menganalisis sampel *Femina* tahun 1974 (Edisi No. 35 dan 39) serta tahun 2021 (Edisi No. 01 dan 02), karena periode tersebut masih searah dengan fokus penelitian sebelumnya, namun memperluas kajian ke konteks yang berbeda. Tahun 1974 tetap mewakili fase awal *Femina* dalam bayang-bayang ideologi pembangunan Orde Baru, sedangkan tahun 2021 merepresentasikan fase akhir di era globalisasi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengikuti jejak studi terdahulu, tetapi juga memperkaya pemahaman tentang pergeseran representasi perempuan dalam rentang waktu yang lebih panjang.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada upaya untuk memahami bagaimana media melalui visualisasinya berkontribusi dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap perempuan. Di tengah berkembangnya kesadaran terhadap representasi gender dalam media, penting untuk melihat bagaimana simbol-simbol visual beroperasi dalam media populer seperti majalah *Femina*, dan bagaimana makna-makna yang direproduksi terus mengalami negosiasi dalam tatanan budaya yang dinamis. Analisis ini tidak hanya menawarkan refleksi atas masa lalu, tetapi juga membuka ruang diskusi kritis tentang bagaimana perempuan dimaknai dalam representasi visual hingga hari ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitologis direpresentasikan dalam visual perempuan pada sampul majalah *Femina* tahun 1974 (Edisi No. 35 dan 39) serta tahun 2021 (Edisi No. 01 dan 02) menurut analisis semiotika Barthes?
2. Bagaimana pergeseran representasi tersebut mencerminkan konstruksi sosial budaya secara simbolik pada masing-masing periode?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan representasi visual perempuan yang ditampilkan dalam sampul majalah *Femina Indonesia* edisi tahun 1974 dan 2021 melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini menganalisis makna- makna visual yang terkandung dalam sampul tersebut, baik dari aspek denotatif, konotatif, maupun mitos yang muncul. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pergeseran konstruksi itu secara simbolik dalam media visual mencerminkan transformasi representasi perempuan dalam konteks budaya populer dari periode tahun awal penerbitan ke era modern.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam ranah kajian komunikasi visual, khususnya dengan memadukan pendekatan semiotika Barthes dan perspektif historis terhadap majalah sebagai artefak budaya. Dengan mengkaji representasi visual perempuan dari dua titik waktu yang berjauhan (1974 dan 2021), penelitian ini membuka ruang diskusi baru tentang bagaimana media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang ideologis tempat konstruksi identitas gender diproduksi dan dinegosiasikan secara visual. Kajian ini dapat memperkuat literatur interdisipliner antara studi media, gender, dan sejarah budaya populer Indonesia, sekaligus memperluas pemahaman terhadap kontinuitas dan disrupsi narasi feminitas di ruang publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, temuan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi dan acuan strategis bagi para desainer grafis, editor majalah, hingga praktisi komunikasi visual dalam merancang representasi gender yang lebih sadar konteks dan tidak terjebak dalam stereotipe usang. Di tengah era kebangkitan kesadaran kritis audiens terhadap isu representasi, analisis visual ini menyuguhkan data historis dan simbolik yang bisa menjadi pijakan bagi pelaku industri kreatif untuk tidak sekadar menampilkan sosok perempuan, tetapi juga memaknai ulang bagaimana perempuan diposisikan dalam ruang media. Bagi pembaca kritis, hasil penelitian ini mendorong kemampuan literasi visual agar tidak hanya mengonsumsi gambar, tetapi juga mengajukan pertanyaan terhadap apa yang disembunyikan oleh estetika.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada analisis representasi visual perempuan dalam sampul majalah *Femina Indonesia* edisi 1974 dan 2021, dengan fokus pada aspek-aspek visual non-verbal elemen gambar seperti pose, busana, riasan, dan warna, yang dianalisis untuk mengungkap makna simbolik. Penelitian ini fokus utamanya tidak mencakup isi teks, artikel, maupun rubrik lain pada majalah, untuk menjaga konsistensi fokus terhadap ranah visual sebagai bentuk komunikasi yang membentuk citra perempuan di ruang media populer.

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengeksplorasi makna denotatif, konotatif, dan mitologis dari elemen-elemen visual yang dihadirkan, serta bagaimana makna tersebut berubah seiring waktu. Pembatasan ini dilakukan untuk mempertahankan kedalaman analisis terhadap pergeseran representasi visual perempuan, bukan terhadap konteks sosial-politik yang lebih luas. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengulas secara menyeluruh aspek sosial-politik, melainkan menyoroti bagaimana visual pada sampul majalah *Femina* dapat dibaca sebagai refleksi simbolik dari konstruksi sosial budaya tentang perempuan dalam konteks zamannya. Dengan demikian,

fokus penelitian ini lebih pada representasi visual dan bagaimana unsur-unsur visual (pose, warna, riasan, dan busana) mencerminkan konstruksi budaya populer dari masing-masing periode.

Fokus terhadap sampul majalah *Femina* sebagai objek visual menawarkan medan analisis yang padat makna, sekaligus cukup spesifik untuk dianalisis secara mendalam tanpa harus meluas ke diskursus gender atau teori sosial yang kompleks. Dengan memilih analisis semiotika Barthes, penelitian ini menghindari generalisasi normatif tentang perempuan, dan lebih berfokus pada bagaimana elemen-elemen visual membentuk dan menyampaikan pesan tertentu kepada pembaca.

Penelitian ini juga menggunakan justifikasi dari isi majalah sebagai pendukung analisis visual, dengan mengambil tiga bagian isi dari setiap edisi sampul yang diteliti. Pendekatan ini dilakukan untuk memperkaya pemaknaan representasi dengan melihat kesinambungan antara pesan visual pada sampul dan konten di dalam majalah, sehingga interpretasi yang dihasilkan menjadi lebih komprehensif dan kontekstual. Pembatasan ini sekaligus memperjelas bahwa penelitian tidak berusaha mengkritisi struktur sosial atau relasi kuasa secara langsung, melainkan ingin memaknai bagaimana visualisasi feminin pada masa periode tahun awal penerbitan dan era modern disusun, dibedakan, dan ditampilkan dalam bahasa simbolik media. Oleh karena itu, ruang lingkup ini selaras dengan rumusan masalah dan pendekatan metodologis yang dipilih, serta menjaga penelitian tetap berada dalam koridor komunikasi visual.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I – Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah yang mendasari pentingnya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, ruang lingkup penelitian yang menjelaskan batasan fokus analisis, serta sistematika penulisan sebagai panduan isi dari keseluruhan skripsi. Pada bagian ini ditegaskan urgensi analisis visual sebagai pendekatan

yang relevan dalam melihat pergeseran representasi perempuan di media dari waktu ke waktu.

Bab II – Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan kajian pustaka yang terdiri dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, baik dari artikel jurnal, skripsi, maupun sumber ilmiah lainnya. Selain itu, disajikan kerangka teori dan konseptual yang digunakan sebagai pisau analisis, yaitu teori semiotika Roland Barthes dan teori Stuart Hall sebagai teori pendukung dengan pendekatan sejarah visual. Di bagian ini juga dijelaskan secara teoritis bagaimana representasi visual dibentuk oleh media dan bagaimana media turut mengonstruksi pemaknaan terhadap perempuan.

Bab III – Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes serta pendekatan sejarah visual untuk menelusuri dinamika representasi dari dua periode berbeda. Objek yang dianalisis adalah sampul majalah *Femina* edisi tahun 1974 dan 2021 yang merefleksikan transformasi sosial budaya, ideologi, lokalitas, dan pengaruh globalisasi. Teknik pengumpulan data meliputi dokumentasi visual, studi pustaka, serta interpretasi konteks sejarah visual. Analisis data dilakukan melalui tahapan denotasi, konotasi, dan mitos. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teori, validasi interpretatif, dan kredibilitas naratif.

Bab IV – Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis terhadap dua sampul majalah *Femina*. Analisis dilakukan secara mendalam terhadap aspek visual pada masing-masing sampul untuk mengungkap tanda-tanda (*sign*) dan makna yang terkandung di dalamnya. Penafsiran dilakukan melalui tiga lapisan makna: denotatif, konotatif, dan mitologis, serta dibandingkan antara kedua periode untuk melihat bagaimana konstruksi makna terhadap perempuan bergeser dari periode awal penerbitan ke masa kini. Pembahasan dikaitkan dengan konteks

sosial dan kultural masing-masing periode penerbitan.

Bab V – Penutup

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian yang merangkum temuan utama dalam analisis representasi visual perempuan pada sampul majalah *Femina*. Selain simpulan, juga disampaikan saran-saran yang ditujukan bagi pengembangan studi komunikasi visual, media, serta saran metodologis bagi penelitian lanjutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam kajian komunikasi, representasi visual perempuan telah menjadi perhatian utama, khususnya dalam media populer seperti majalah. Sampul majalah, sebagai elemen visual paling menonjol, tidak hanya berfungsi menarik perhatian pembaca, tetapi juga sarat makna simbolik yang turut membentuk konstruksi identitas perempuan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menelaah isu ini dari berbagai sudut pandang, mulai dari representasi visual secara umum, konstruksi citra perempuan dalam media populer, hingga peran budaya visual dalam membentuk makna simbolik. Peninjauan terhadap kajian-kajian ini penting untuk memetakan sejauh mana penelitian sebelumnya telah mengupas representasi perempuan di media, sekaligus menunjukkan ruang kosong yang masih perlu diisi. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan diri dalam diskusi yang lebih luas tentang media, gender, dan budaya visual.

2.1.1 Representasi Visual di Media

Hall (1997, dalam Putri, 2023) dengan penelitiannya yang berjudul *Representasi Citra Perempuan dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes Film Makmum: The Movie)* menyatakan bahwa representasi adalah cara-cara di mana makna diproduksi dan dipertukarkan dalam suatu budaya melalui penggunaan bahasa, tanda, dan citra yang bekerja sebagai sistem

simbolik. Dalam konteks media, representasi menjadi sarana untuk membangun identitas, nilai, dan posisi sosial tertentu melalui konstruksi visual dan naratif.

Danesi (2004, dalam Muniroh, 2016) dalam penelitiannya yang berjudul *Perempuan Dalam Iklan Di Majalah Femina Dan Kartini (Analisis Semiotika Berperspektif Gender)* mendefinisikan representasi sebagai proses yang merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam bentuk fisik yang dapat dibaca sebagai tanda. Ia menjelaskan bahwa proses ini selalu bersifat konstruktif dan tidak netral, karena bergantung pada budaya dan ideologi yang melatarbelakanginya. Oleh karena itu, representasi perempuan dalam media massa seperti majalah dapat dilihat sebagai refleksi sekaligus konstruksi ideologis mengenai peran, fungsi, dan identitas perempuan di masyarakat

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa representasi visual dalam media memiliki peran penting dalam membentuk citra sosial perempuan. Respati (2024) dalam penelitiannya yang berjudul *Representasi Perempuan Karier Indonesia Pada Era 70-an dan Era Modern (Analisis Semiotika Pada Cover Majalah Femina edisi tahun 1972 dan tahun 2012)* menganalisis sampul majalah *Femina* edisi 1972 dan 2012 dengan semiotika Barthes. Ia menemukan adanya pergeseran representasi perempuan dari yang semula dilekatkan pada ranah domestik menjadi figur profesional yang lebih mandiri. Meskipun begitu, penelitian ini berhenti pada tahun 2012 sehingga belum menyentuh konteks digitalisasi media cetak saat ini.

Kozlowski et al. (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Gender bias in magazines oriented to men and women: a computational approach* menemukan bahwa media tidak hanya menjadi cermin realitas sosial, tetapi juga agen utama dalam reproduksi stereotipe gender. Melalui analisis lebih dari 24.000 artikel majalah, mereka menyimpulkan bahwa representasi perempuan masih banyak dikaitkan dengan seksualitas, mode, dan ranah domestik, sedangkan laki-laki lebih diasosiasikan dengan bisnis dan sains. Wardhani (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *Identitas dan Visualisasi Perempuan Urban Indonesia dalam Komunikasi melalui Majalah Femina* menambahkan

bahwa elemen visual seperti busana, tata letak, warna, gestur tubuh, dan riasan wajah dalam rubrik mode *Femina* membentuk identitas perempuan urban. Dengan demikian, visualisasi dalam majalah seperti *Femina* tidak hanya merefleksikan kenyataan, tetapi juga membentuk persepsi tentang identitas perempuan sesuai dengan konteks budaya.

Dengan mendalami representasi sebagai proses produksi makna dalam media, penelitian-penelitian di atas memperlihatkan bagaimana representasi visual perempuan tidak hanya bersifat pasif, tetapi mengandung wacana ideologis tertentu. Sampul majalah seperti *Femina* menjadi simbol penting dari bagaimana perempuan dikonstruksikan secara visual sesuai wacana dominan pada masanya. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menelaah representasi visual perempuan dalam sampul Majalah *Femina* tahun 1974 dan 2021 dengan semiotika Roland Barthes, untuk melihat apakah terjadi pergeseran dari figur domestik menuju sosok profesional dalam konteks sosial budaya Indonesia.

2.1.2 Citra Perempuan dalam Media Populer

Media tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi secara aktif mengonstruksi realitas sosial melalui simbol dan tanda yang ditampilkan. Supratman (2012) dalam penelitiannya yang berjudul *Citra Perempuan dalam Media* menunjukkan bahwa perempuan sering direduksi menjadi tubuh semata, sementara potensi spiritual, intelektual, dan psikologisnya diabaikan. Hal ini sejalan dengan pandangan Tong & Botts (2024) dalam penelitiannya yang berjudul *Feminist Thought A More Comprehensive Introduction* bahwa dalam masyarakat konsumen tubuh perempuan dikomodifikasi sebagai objek konsumsi.

Citra perempuan dalam media populer juga telah banyak dikaji. Granita Dwisthi & Mahadian (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa (Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Sampul Album Raisa Andriana "Raisa" dan "Heart to Heart")* dan menemukan simbol-simbol visual feminin seperti rambut panjang, warna pastel, dan riasan natural sebagai konstruksi kecantikan yang dominan di

budaya populer. Fokus penelitian ini pada industri musik memang memberi kontribusi bagi kajian representasi, tetapi tidak langsung terkait dengan media cetak seperti majalah.

Kemudian itu, terdapat Watie (2010, dalam Prawitasari dkk., 2020) dalam penelitiannya yang berjudul *Mass Media Instagram in the Perspective of Popular Culture* Ayu menegaskan bahwa media berperan dalam mengukuhkan stereotip gender dan menyebarkan hegemoni patriarkal secara halus melalui visual yang diulang terus menerus.

Dalam konteks Indonesia, majalah *Femina* menjadi studi kasus penting. Respati (2024) menegaskan dalam penelitiannya bahwa majalah perempuan berperan membentuk citra perempuan melalui wacana mode dan gaya hidup, yang tidak hanya verbal tetapi juga sangat visual. Hal ini juga ditegaskan oleh Warhani dkk. (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *Representasi Perempuan Indonesia Melalui Artikel Mode pada Majalah Femina* bahwa artikel mode dalam *Femina* mencerminkan dinamika sosial-budaya perempuan urban dari waktu ke waktu.

Daripada itu, Vinny Nurlathifah (2018) mengkaji artikelnya yang berjudul *Konstruksi Citra Wanita Karir dalam Majalah Femina (Analisis Wacana tentang Konstruksi Citra Wanita Karir dalam Majalah Femina Periode Oktober 2017 – Februari 2018)* menemukan bahwa media membentuk citra perempuan karier melalui pilihan diksi dan gaya bahasa yang mendukung sosok perempuan modern. Namun, penelitian ini masih terbatas pada aspek tekstual, bukan visual. Hal ini membuka ruang bagi penelitian yang secara khusus menganalisis konstruksi citra perempuan melalui elemen visual sampul majalah.

Pergeseran citra ini tidak berlangsung linear. Pada periode ini, media merepresentasikan perempuan melalui kerangka feminitas lama yang menekankan peran perempuan sehingga mempersempit ruang artikulasi perempuan di luar ranah privat. Namun, pada edisi 2021, *Femina* menampilkan sosok perempuan profesional, mandiri, dan kosmopolitan.

Maka, analisis pergeseran ini penting untuk memahami bagaimana representasi perempuan dibentuk dalam media populer dan bagaimana menyesuaikan dengan perubahan sosial-budaya.

2.1.3 Budaya Visual dan Simbolisasi

Budaya visual merupakan praktik kultural yang menekankan pentingnya citra, simbol, dan representasi visual dalam menyampaikan makna sosial. Visual tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap informasi, tetapi menjadi pusat produksi makna dalam masyarakat modern. Kehadiran media visual seperti majalah, televisi, hingga media sosial memperkuat dominasi citra sebagai sarana representasi sosial, termasuk dalam hal representasi gender. Visual bekerja sebagai sistem tanda yang mampu menggambarkan atau bahkan membentuk persepsi tentang identitas, kelas, peran sosial, dan relasi kekuasaan.

Umi Muniroh (2016), dalam penelitiannya yang berjudul *Perempuan dalam Iklan Di Majalah Femina Dan Kartini (Analisis Semiotika Berperspektif Gender)* menegaskan bahwa simbolisasi perempuan dalam media tidak hanya menampilkan perempuan sebagai objek visual, tetapi juga membawa nilai-nilai budaya yang melingkupinya. Pandangan ini sejalan dengan kerangka semiotik, bahwa simbol dan tanda visual tidak pernah netral, melainkan dipengaruhi oleh konteks sosial, politik, dan ekonomi.

Kajian lain menyoroti bagaimana visual menjadi sarana simbolisasi ideologi. Haikal dkk. (2023), dalam penelitiannya yang berjudul *Makna Karikatur Cover Majalah Tempo Edisi September 2019 Studi Semiotika Roland Barthes* menunjukkan bahwa simbol visual dapat memuat kritik politik tajam, misalnya penggambaran Presiden Joko Widodo dengan bayangan menyerupai Pinokio. Penelitian ini menegaskan bahwa visual dalam media massa mampu menyampaikan pesan ideologis yang kuat. Namun, fokusnya lebih pada kritik sosial-politik ketimbang representasi gender.

Terakhir, Mufidah dkk. (2025) dalam penelitiannya yang berjudul *Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan TikTok* menunjukkan bahwa meskipun media digital tampak lebih inklusif, standar kecantikan normatif tetap direproduksi. Kajian ini menyoroti reproduksi simbol visual di platform digital, tetapi belum menelusuri dinamika historis di media cetak. Maka dari itu, penelitian ini berupaya melengkapi kekosongan tersebut dengan membandingkan representasi visual perempuan pada sampul *Femina* tahun 1974 dan 2021.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang telah diuraikan, terlihat bahwa representasi perempuan dalam media visual telah banyak dibahas dalam konteks yang beragam mulai dari sampul musik populer, artikel majalah, hingga media digital. Pendekatan semiotika Barthes juga telah digunakan secara luas untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, maupun mitos yang terkandung dalam visual. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih terbatas pada periode tertentu atau pada media selain majalah perempuan. Belum ada studi yang secara khusus membandingkan representasi perempuan dalam sampul majalah *Femina* dari awal terbitnya hingga periode modern.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menelaah pergeseran representasi visual perempuan melalui analisis semiotika Roland Barthes pada sampul *Femina* edisi 1974 dan 2021. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam kajian media dan gender, sekaligus memperkaya pemahaman tentang bagaimana konstruksi visual perempuan dibentuk, dipertahankan, dan diubah sesuai konteks sosial- budaya di Indonesia.

2.2 Kajian Teori

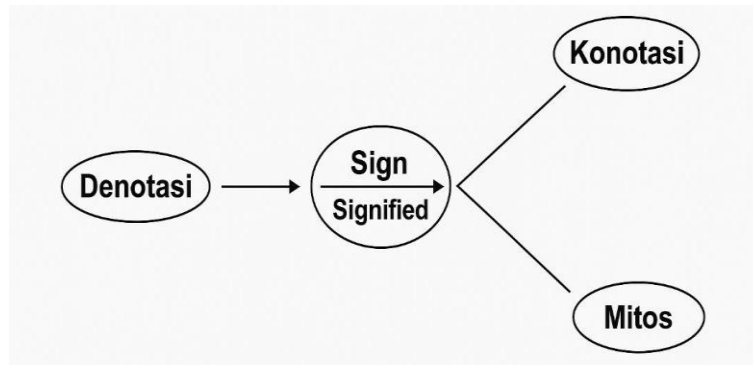
2.2.1 Semiotika Roland Barthes

Istilah "semiotik" berasal dari bahasa Yunani *semeion*, yang berarti "tanda". Dalam konteks keilmuan, semiotika dipahami sebagai studi tentang tanda-

tanda dan segala hal yang berkaitan dengannya, termasuk cara tanda tersebut berfungsi, bagaimana hubungannya dengan tanda-tanda lain, serta bagaimana tanda itu dikirim dan diterima oleh penggunanya (Muniroh, 2016). Berbeda dengan model semiotika Charles Sanders Peirce yang lebih bersifat logis dan klasifikatif dalam memetakan hubungan antara ikon, indeks, dan simbol, Barthes menawarkan tiga lapis pembacaan makna: denotatif, konotatif, dan mitos, yang memungkinkan penulis menjelaskan bagaimana suatu gambar tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi realitas kultural tertentu.

Dalam kajian semiotika media, tanda (*sign*) menjadi elemen penting untuk menelaah bagaimana hubungan antara pembentuk media dengan konstruksi realitas sosial yang dibentuk. Secara ideal, media massa berfungsi untuk menyampaikan informasi secara akurat, efisien, dan efektif. Selanjutnya yang ditampilkan dalam representasi visual tidak serta-merta mengungkapkan esensi sejatinya, melainkan sekadar menyajikan sekumpulan relasi makna yang terbentuk melalui konstruksi tertentu terutama dalam kerangka ideologis. Dengan kata lain, dalam sistem mitos sebagaimana dikemukakan oleh Barthes, makna yang tampak di permukaan tidak selalu mencerminkan makna sebenarnya, karena telah mengalami pelunturan dan diserap oleh makna-makna baru yang dihasilkan dalam proses mitologisasi (Sobur, 2009) dalam (Respati, 2024).

Barthes membagi sistem makna menjadi tiga elemen utama: *signifier* (penanda), *signified* (petanda), dan *sign* (tanda). Dalam pendekatan ini, objek visual dalam media, seperti figur perempuan di sampul majalah, dipandang sebagai *penanda* yang mengacu pada konsep tertentu (petanda), kemudian bersatu membentuk sebuah makna (tanda). (Barthes, 1972) dalam (Iswidayati, 2006). Pemahaman ini digunakan dalam penelitian untuk mengungkap bagaimana representasi perempuan pada sampul *Femina* mencerminkan nilai-nilai sosial dan gender dalam konteks budaya dan historis masing-masing era.



Gambar 2. 1 *Bagan Two Order of Signification* oleh Roland Barthes

Sumber: (Fiske dalam Sobur, 2012:127)

Tong dan Botts (2018) menjelaskan bahwa dalam pandangan Barthes, tanda-tanda budaya tidak berhenti pada makna literal (denotasi), tetapi bertransformasi ke dalam konotasi dan mitos yang menyimpan muatan ideologis. Meskipun mitos juga dibangun melalui relasi antara penanda, petanda, dan tanda, ia bekerja sebagai sistem pemaknaan tingkat kedua (*second-order semiological system*). Artinya, mitos mengandalkan sistem makna yang telah terbentuk sebelumnya untuk kemudian diproses ulang sesuai dengan kepentingan ideologis tertentu. Dalam kerangka pemikiran semiotika Roland Barthes, sistem makna dalam tanda-tanda visual tidak berdiri tunggal, melainkan bertingkat dan saling berkelindan. Barthes mengidentifikasi tiga level utama dalam proses pembacaan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

a. Level pertama adalah denotasi, yaitu makna literal yang tampak secara objektif. Denotasi merujuk pada apa yang secara langsung terlihat dalam sebuah tanda makna yang dapat dikenali secara umum tanpa banyak interpretasi subjektif. Menurut Roland Barthes dalam (Iswidayati, 2006), denotasi merupakan makna tingkat pertama atau makna literal dari suatu tanda. Makna ini bersifat langsung dan obyektif, yang menjadi dasar dari proses semiotik selanjutnya. Dalam konteks visual, denotasi merujuk pada apa yang secara langsung tampak dalam gambar tanpa interpretasi budaya.

Denotasi dijelaskan sebagai tingkat pertandaan yang mengacu pada hubungan

antara penanda dan petanda atau antara tanda dan rujukannya pada realitas. Hubungan ini menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti, yaitu “makna yang tampak” (Piliang, 2003) dalam (Respati, 2024). Fiske (1990) menjelaskan bahwa denotasi merujuk pada makna literal atau umum dari suatu. Menurut (Fiske, 1990), komunikasi tidak dapat dipisahkan dari penggunaan tanda dan kode. Tanda merupakan objek atau tindakan yang merepresentasikan hal lain, sedangkan kode adalah sistem yang mengatur hubungan antar tanda tersebut dalam proses penciptaan makna. Menurut (Respati) 2024, tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik dan dapat dipersepsikan oleh indera. Tanda mengacu pada sesuatu di luar dirinya sendiri serta hanya dapat disebut sebagai tanda apabila dikenali oleh penggunanya.

Selanjutnya, makna berkembang ke level konotasi, yaitu makna tambahan yang dibentuk oleh nilai-nilai budaya, pengalaman sosial, dan konteks tertentu. Pada tahap ini, tanda visual tidak lagi dibaca secara netral, melainkan dikaitkan dengan simbolisme dan nilai-nilai tertentu yang hidup dalam masyarakat. (Respati, 2024). Masih pada contoh yang sama, busana kerja yang dikenakan oleh perempuan dalam sampul majalah dapat memiliki konotasi sebagai simbol profesionalisme, kemandirian, atau modernitas, tergantung pada konteks budaya yang melingkupinya. Barthes menjelaskan bahwa konotasi adalah makna pada tingkat kedua, yaitu makna yang melekat setelah makna literal terbentuk.

Konotasi merupakan tingkat pertandaan kedua yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda secara implisit, tidak langsung, dan cenderung bersifat subjektif. Makna yang terbentuk pada tingkat ini tidak tunggal maupun pasti, melainkan terbuka terhadap berbagai interpretasi bergantung pada konteks sosial, budaya, dan pengalaman individu. Konotasi menciptakan makna lapis kedua yang muncul ketika penanda dikaitkan dengan dimensi psikologis seperti emosi, perasaan, nilai-nilai budaya, ideologi, atau keyakinan yang dianut masyarakat tertentu (Respati, 2024).

b. Tahap terakhir adalah mitos, Roland Barthes menempatkan mitos sebagai tahap tertinggi dalam sistem pemaknaan, yang bekerja pada level konotatif

untuk membentuk makna ideologis. Mitos tidak berdiri sebagai makna individual, melainkan berhubungan erat dengan kebudayaan yang berkembang di masyarakat dan berfungsi sebagai cara tertentu dalam memandang realitas sosial. Dengan demikian, mitos menjadi sarana untuk menaturaliskan nilai, norma, dan pandangan dunia tertentu sehingga tampak wajar dan tidak dipertanyakan. Dalam kerangka semiologi, mitos dipahami sebagai hasil dari fenomena kebudayaan yang memiliki konteks sosial dan alamiah tertentu (Putra, 2023).

Lebih lanjut, mitos dipahami bukan sebagai tanda yang netral, melainkan sebagai penanda yang mengandung pesan-pesan tertentu, yang bisa saja sangat berbeda dari makna aslinya. Walaupun demikian, makna mitologis tidak serta-merta dianggap salah, karena dalam praktiknya, penandaan sering kali menghasilkan mitos. Produksi mitos berfungsi untuk membantu memahami situasi sosial budaya sekitarnya. Dengan demikian, sistem makna menjadi tampak wajar dan diterima pada suatu masa, meskipun bisa saja tidak relevan di masa lain (Respati, 2024). Dalam penelitian ini, mitos muncul melalui berbagai bentuk representasi, termasuk teks, fotografi, lukisan, dan media massa lainnya (Iswidayati, 2006). Pemikiran ini relevan dengan analisis representasi visual perempuan pada sampul majalah, di mana visualisasi tersebut bukan hanya gambar semata, melainkan mengandung pesan ideologis yang dimitoskan.

Satu petanda bahkan dapat memiliki beragam penanda, tergantung pada bagaimana makna tersebut dikonstruksikan dalam ruang sosial dan budaya yang berbeda. Dengan pendekatan Barthes, gambar sampul dipahami melalui tiga level makna: denotasi sebagai realitas visual, konotasi sebagai asosiasi kultural, dan mitos sebagai konstruksi ideologi sosial. Seperti pada kasus majalah Tempo, visual karikatur menunjukkan bahwa citra bukanlah netral, tetapi membawa muatan ideologi yang dapat dipahami secara berbeda tergantung pada audiens dan konteks (Ningtyas dkk., 2023). Melalui ketiga level makna inilah, Barthes menegaskan bahwa representasi visual bukanlah cermin realitas semata, melainkan medan ideologis yang penuh tafsir dan sarat makna budaya.

Pendekatan ini menjadi dasar penting dalam analisis representasi media, termasuk dalam penelitian terhadap representasi perempuan dalam majalah seperti *Femina*.

Analisis semiotik berakar pada paradigma kualitatif yang memahami realitas sebagai konstruksi sosial. Ia menghindari kuantifikasi, dan justru menggali makna tersembunyi dari tanda-tanda melalui interpretasi mendalam terhadap teks visual. Dalam konteks ini, majalah sebagai dokumen sosial budaya sangat cocok dianalisis menggunakan metode ini karena kaya akan simbol yang membentuk realitas.

2.2.2 Encoding (Representasi) Stuart Hall

Salah satu kerangka yang dikembangkan Hall untuk menjelaskan praktik representasi dalam media adalah model *Encoding/Decoding* (1980). Model ini memperlihatkan bagaimana pesan media diproduksi (*encoded*) dengan kode-kode budaya tertentu, lalu dikonsumsi dan ditafsirkan (*decoded*) oleh audiens. Proses tersebut tidak selalu berjalan searah, karena audiens dapat menerima makna dominan, menegosiasikannya, atau bahkan menolak dan memberi tafsir yang berlawanan. Dengan demikian, *Encoding/Decoding* dapat dipahami sebagai turunan sekaligus elaborasi dari teori representasi Hall yang menekankan bahwa produksi dan pemaknaan tanda dalam media selalu terkait dengan ideologi serta relasi sosial budaya. *Encoding/Decoding* yang dikemukakan Stuart Hall (1980) menawarkan kerangka baru yang melihat komunikasi sebagai sebuah sirkuit yang kompleks, terdiri dari momen produksi, sirkulasi, distribusi/konsumsi, hingga reproduksi makna. Penelitian ini hanya mencapai tahap *encoding*, yang mana menurut Hall (1980), pada tahap produksi, pesan selalu dikodekan (*encoding*) dengan nilai-nilai, asumsi, dan ideologi tertentu. Pesan tersebut kemudian beredar dalam bentuk wacana yang hanya bisa dipahami melalui kode-kode budaya yang berlaku. Kerangka ini menekankan bahwa komunikasi media bukanlah proses netral, melainkan medan pertarungan makna. Pesan yang tampak alami atau realistis sebenarnya adalah hasil dari proses diskursif yang sarat dengan ideologi (Hall, 1980). Jika Barthes menekankan pentingnya melihat level denotasi dan konotasi dalam

tanda visual, Hall memperkuatnya dengan menjelaskan bagaimana makna tersebut diproduksi (*encoded*) oleh media.

Dengan menggunakan teori ini, penelitian mengenai sampul majalah *Femina* dapat melihat bahwa representasi perempuan bukan sekadar hasil keputusan redaksi, melainkan bagian dari praktik kultural yang membentuk dan sekaligus dibentuk oleh ideologi dominan pada masanya. Visual perempuan yang ditampilkan pada sampul majalah dikodekan sesuai dengan konteks misalnya ideologi domestifikasi perempuan pada era Orde Baru atau wacana kesetaraan gender pada era modern namun tafsir pembaca dapat bervariasi, baik menerima, menegosiasikan, maupun menolak makna yang disodorkan.

2.3 Kajian Konseptual

2.3.1 Majalah *Femina* sebagai Medium Budaya

Majalah *Femina* pertama kali terbit pada tahun 1972 sebagai majalah perempuan pertama di Indonesia. Sejak saat itu, *Femina* berkembang menjadi bagian dari *Femina Group*, sebuah kelompok media terpercaya yang menghadirkan konten yang sejalan dengan nilai-nilai masyarakat Indonesia. *Femina Group* tidak hanya menerbitkan majalah, tetapi juga melebarkan sayap ke berbagai bidang seperti agensi kreatif, penyelenggara acara, stasiun radio, penerbitan buku, hingga platform daring. Dengan memanfaatkan berbagai saluran modern, mulai dari internet hingga aktivasi merek dan komunitas, *Femina Group* terus berinovasi dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi masyarakat Indonesia serta meraih pengakuan internasional (*Femina Group*, 2024).

Majalah *Femina* tidak hanya berperan sebagai media informasi dan gaya hidup perempuan, tetapi juga secara aktif membentuk dan merepresentasikan nilai-nilai budaya populer mengenai feminitas di Indonesia. Salah satu contohnya dapat dilihat dari ajang “*Wajah Femina*”, yang menetapkan kriteria fisik tertentu sebagai syarat utama bagi pesertanya (*Femina*, 2017). Ketentuan ini mencerminkan bagaimana media turut mengonstruksi standar kecantikan dan peran ideal perempuan dalam ranah publik melalui narasi yang tampak

natural namun sesungguhnya sarat makna ideologis.

Sebagai produk budaya, media massa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai sosial yang berkembang pada zamannya. Dalam hal ini, majalah populer seperti *Femina* dapat dibaca sebagai artefak visual yang mencerminkan dinamika sosial budaya dan konstruksi gender dari masa ke masa. Misalnya mode, sebagai salah satu elemen dominan dalam representasi perempuan, tidak pernah bersifat netral. Ia memuat tanda-tanda yang merefleksikan nilai-nilai, norma, dan ideologi suatu periode sejarah tertentu. Seperti yang dinyatakan oleh Wardhani (2017), “*mode menandai nilai-nilai di zamannya.*”

Pernyataan tersebut memperkuat asumsi bahwa representasi perempuan dalam majalah tidak hanya menghadirkan tren atau gaya berpakaian, tetapi juga menyimpan jejak ideologis tentang bagaimana perempuan seharusnya tampil dan berperan di ruang sosial. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, setiap edisi *Majalah Femina* tidak sekadar menjadi produk media, tetapi juga dapat diposisikan sebagai dokumen sejarah visual. Dengan melihat perjalanan dan transformasi *Majalah Femina* dari media cetak ke digital, dapat dipahami bahwa *Femina* tidak sekadar menjadi saluran informasi, melainkan juga agen budaya yang aktif dalam membentuk, mereproduksi, dan menegosiasikan citra perempuan Indonesia sesuai dengan perkembangan zaman.

A. Periode Awal Penerbitan: Lokalitas

Pada awal kemunculannya di tahun 1972, *Majalah Femina* hadir dalam kondisi Indonesia yang tengah giat membangun. Media massa, termasuk *Femina*, mengambil peran strategis dalam membingkai peran dan citra perempuan agar selaras dengan kebutuhan ideologis rezim Orde Baru. Santoso (1991) mencatat bahwa sejak diberlakukannya kebijakan pembangunan secara sistematis pada tahun 1969, dampaknya terhadap perempuan berlangsung secara tidak merata. Kondisi ini mendorong terjadinya pergeseran peran perempuan dari sektor produksi lokalitas seperti

pertanian dan kerajinan menuju sektor jasa, terutama perdagangan (Oey 1985) dalam (Santoso, 1991). Perubahan tersebut menunjukkan bagaimana nilai-nilai lokalitas tradisional gender tidak dihapus, tetapi justru dinegosiasikan ulang dalam konteks sosial baru yang mengandung ambiguitas antara peran produktif dan domestik.

Melihat dari itu, pembangunan dimaknai sebagai proses perubahan sosial yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Alfian 1986) dalam (Santoso, 1991). Dalam arena ini, media seperti *Femina* memiliki peran dalam membentuk citra perempuan sebagai agen pembangunan, namun kerap kali narasi yang dibangun tetap berada dalam kerangka normatif. Misalnya, perempuan digambarkan ideal sebagai istri yang setia, ibu yang penuh pengabdian, atau penopang ekonomi keluarga dalam ranah informal. Sumiyati (1987, dalam Santoso, 1991) menyebutkan bahwa meskipun sebagian besar penduduk Indonesia adalah perempuan, pengembangan potensinya masih sering dibatasi pada peran-peran yang dianggap sesuai dengan nilai moral dan tatanan sosial dominan.

Pada masa-masa awal terbitnya, dan pemilihan kedua edisi tahun 1974 yang akan di teliti karena majalah *Femina* mencerminkan nilai-nilai dan pandangan budaya yang berkembang pada zamannya. Representasi perempuan dalam sampul maupun isi majalah kerap menampilkan figur-figur yang menggambarkan peran perempuan dalam ranah domestik, penampilan yang anggun, serta identitas sebagai istri atau ibu. Gambaran tersebut sejalan dengan norma sosial yang saat itu umum diterima, di mana peran dan riasan perempuan sering kali diasosiasikan dengan kesantunan, kehangatan keluarga, dan keterampilan rumah tangga. Dalam konteks ini, *Femina* menjadi bagian dari media populer yang ikut membentuk referensi mengenai perempuan ideal pada masa itu, melalui visual dan narasi yang dekat dengan nilai-nilai budaya yang sedang dominan.

B. Periode Era Modern: Globaliasi

Memasuki dekade 2020-an, *Femina* mengalami perkembangan signifikan seiring dengan terbukanya ruang diskusi publik terhadap isu-isu gender, identitas, dan ekspresi diri. Salah satu tonggak kebijakan yang menandai transformasi ini adalah diterbitkannya Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2000 tentang Pengarusutamaan Gender (PUG), yang secara eksplisit mendefinisikan gender sebagai konstruksi sosial yang dinamis serta dipengaruhi oleh budaya dan kondisi sosial masyarakat (Hazairin dkk., 2023). Kebijakan ini membuka jalan bagi perubahan cara pandang terhadap peran sosial perempuan dan laki-laki, yang tidak lagi dianggap sebagai kodrat alamiah, tetapi sebagai hasil konstruksi budaya yang dapat dinegosiasikan dan ditafsirkan ulang.

Perubahan paradigma ini memberikan ruang bagi media untuk menyajikan representasi perempuan yang lebih beragam. Representasi ini memperlihatkan pergeseran dari lokalitas gender menuju model identitas yang lebih fleksibel dan kontekstual. Proses normalisasi atas peran sosial yang tidak lagi terikat pada identitas gender tertentu menunjukkan adanya transformasi sosial yang lebih inklusif. Feminitas dalam media tidak lagi ditentukan oleh satu standar moral atau kultural, melainkan berkembang sebagai simbol modernitas dan ekspresi personal. Dalam situasi ini, *Femina* turut mengambil bagian dalam merayakan keberagaman tersebut, baik melalui visual maupun narasi editorial. Hal ini tampak pada desain sampul, pemilihan tokoh, dan tema utama yang diangkat.

Sampul majalah *Femina* tahun 2021 yang digunakan dalam penelitian ini merupakan wujud dari transformasi visual tersebut. Meskipun bukan bagian dari edisi cetak tradisional karena *Femina* telah menghentikan produksi cetaknya sejak tahun 2020, sampul digital ini tetap mempertahankan elemen visual khas majalah. Ia merepresentasikan bentuk baru media dalam era digital, di mana representasi visual tetap memainkan peran penting dalam membentuk makna sosial dan budaya, khususnya terkait perempuan.

Perbandingan antara dua fase penerbitan ini memperlihatkan bahwa *Femina* bukan hanya merekam perubahan citra perempuan dalam masyarakat Indonesia, melainkan juga berperan aktif dalam membentuknya. Pembacaan terhadap sampul majalah ini memberikan gambaran penting tentang bagaimana media membingkai nilai-nilai gender sesuai konteks sosial zamannya.

2.3.2 Elemen Visual dalam Analisis Media

1. Pose

Dalam analisis semiotika, pose menjadi elemen visual yang krusial untuk memahami bagaimana representasi dibangun. Narida (2019) menjelaskan bahwa “Pose adalah posisi subjek dalam suatu gambar, ekspresi terhadap analogon yang ditemukan, sikap objek yang ada dalam gambar dan gaya subjek foto.” Dengan demikian, pose dapat dipahami sebagai kombinasi dari sikap tubuh, ekspresi wajah, dan gaya yang dipilih untuk menampilkan identitas tertentu. Hal ini sejalan dengan Barthes (2010) yang menekankan bahwa pose tidak hanya bersifat teknis, melainkan sarat makna konotatif yang membentuk representasi sosial maupun ideologis. Melalui pose, media mampu mengonstruksi citra tertentu, misalnya femininitas, keanggunan, atau otoritas, sesuai dengan tujuan komunikasi visualnya.

2. Busana

Dalam konteks semiotika, busana dipahami bukan hanya sebagai pakaian fungsional, tetapi juga sebagai tanda yang membawa makna denotatif dan konotatif. Pada tataran denotasi, busana sekadar dipahami sebagai bentuk fisik seperti blazer, rok, atau celana. Namun, pada level konotasi, busana dapat melambangkan nilai-nilai tertentu, misalnya blazer dengan garis tegas dipersepsikan sebagai simbol stabilitas dan kekuatan, sementara celana panjang dimaknai sebagai representasi dinamis, energik, serta aktif (Sabatari, 2015). Dengan demikian, analisis busana memungkinkan kita

untuk membaca representasi perempuan dalam media visual tidak hanya dari sisi estetika, melainkan juga dari simbolisasi nilai budaya yang dilekatkan pada pakaian kerja maupun busana populer.

3. Riasan

Riasan wajah telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi perempuan. Menurut Pea (2020), tata rias tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelengkap estetika, tetapi juga dipandang mampu menambah daya tarik fisik secara instan. Perkembangan industri kosmetik yang semakin pesat membuat praktik berhias kian populer, bahkan merambah ke kalangan remaja dan anak muda. Selain itu, riasan bukan sekadar aktivitas estetis, melainkan juga berkaitan erat dengan pembentukan identitas diri dan pencarian pengakuan sosial. Dengan kata lain, riasan berfungsi sebagai medium komunikasi visual yang memperlihatkan bagaimana individu ingin dilihat oleh orang lain, sekaligus sebagai strategi dalam membangun citra diri (Pea, 2020).

4. Warna

Warna dalam media visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga memegang peranan penting dalam membentuk emosi dan atmosfer pesan yang disampaikan. Hidayat (2022) menjelaskan bahwa melalui teori psikologi warna, pemilihan palet warna yang tepat dapat menjadi dasar bagi konsistensi visual sekaligus menentukan nuansa emosional sebuah karya. Warna hangat misalnya, sering diasosiasikan dengan kegembiraan dan energi, sedangkan warna dingin lebih dekat pada kesan tenang atau melankolis. Dengan demikian, warna tidak sekadar hiasan, tetapi merupakan tanda visual yang sarat makna budaya dan psikologis, yang dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap representasi perempuan dalam media.

2.4 Konsep-Konsep Kunci Penelitian

Tabel 2. 1 Konsep-Konsep Kunci Penelitian Mengenai Representasi Visual Perempuan

Konsep	Definisi Kerja Penelitian
Representasi	Cara media membentuk citra atau makna tentang perempuan melalui elemen visual.
Perempuan	Subjek yang ditampilkan secara visual dalam media, dikaitkan dengan citra sosial dan peran gender.
Visual	Elemen gambar (pose, busana, warna, riasan) yang dianalisis untuk mengungkap makna simbolik.
Semiotika Barthes	Teori tanda dengan tiga tingkat makna: denotatif (literal), konotatif (budaya), dan mitos (ideologis).
Lokalitas	Nilai-nilai visual yang mengandung wacana lama tentang perempuan, termasuk domestikasi dan idealisasi perempuan.
Globalisasi	Citra perempuan modern yang ditampilkan media dengan narasi baru seperti profesionalisme dan kebebasan.

Sumber: Disusun oleh penulis berdasarkan kajian literatur relevan.

Konsep-konsep kunci dalam penelitian ini dirumuskan sebagai definisi kerja berdasarkan pendekatan semiotika visual dan konteks sosial-historis yang menjadi fokus kajian. Definisi ini tidak sepenuhnya mengacu pada teori tunggal, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan analisis terhadap objek yang dipilih, yakni sampul majalah *Femina* edisi 1974 dan 2021. Oleh karena itu, penulis menyusun batasan konseptual berdasarkan kepentingan metodologis untuk memastikan fokus kajian tetap terjaga.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna representasi visual perempuan secara mendalam, bukan untuk mengukur atau menguji hipotesis. Metode semiotika Barthes digunakan untuk menguraikan tanda-tanda visual yang terdapat pada sampul majalah *Femina*, mulai dari makna denotatif, konotatif, hingga mitos yang melekat di dalamnya.

Selain itu, penelitian ini menerapkan perspektif sejarah visual media, yakni pendekatan yang memaknai gambar sebagai representasi budaya pada periode tertentu. Dengan menggunakan pendekatan historis ini, peneliti dapat mengamati bagaimana bentuk representasi perempuan pada sampul majalah mengalami perubahan visual dari periode awal penerbitan hingga mendekati cetak fisik.

Terdapat pandangan yang membentuk stereotipe yang kuat terhadap perempuan, di mana nilai diri mereka sering kali diukur dari aspek visual semata. Representasi seperti ini mendorong ekspektasi bahwa perempuan harus selalu tampil menawan, terampil dalam urusan domestik seperti memasak dan mengurus rumah tangga, mampu menyenangkan suami, serta tampil cerdas dan bermoral sebagai panutan keluarga. Stereotipe ini, sebagaimana dicatat oleh Yanti Dwi Astuti dalam kajiannya mengenai media dan gender, merupakan bagian dari konstruksi sosial yang terus direproduksi oleh media lainnya (Astuti, 2016).

Selanjutnya pendekatan historis digunakan untuk menelusuri bagaimana transformasi representasi visual perempuan serta digunakan untuk melihat bagaimana visual merefleksikan nilai budaya dari tiap periode dalam sampul majalah mencerminkan perubahan makna di antara keduanya. Pendekatan sejarah visual digunakan secara interpretatif untuk membaca keterkaitan representasi visual dengan konteks budaya zamannya.

Sebagaimana diuraikan oleh Baran dan Davis (2010), perubahan dalam teori media seringkali dipengaruhi oleh konteks historis yang memengaruhi konstruksi makna, termasuk representasi gender dalam media. Dapat disimpulkan, jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan penekanan pada analisis semiotika Roland Barthes, guna mengungkap bagaimana tanda-tanda visual pada media seperti majalah merepresentasikan ideologi yang dominan pada masanya. Konsep representasi dan konstruksi sosial dalam penelitian ini tidak dibedah secara teoretik mendalam, melainkan dijadikan landasan konseptual untuk membaca bagaimana tanda visual beroperasi dalam membentuk makna simbolik tentang perempuan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah representasi visual perempuan pada sampul majalah *Femina* edisi tahun 1974 dan 2021, dianalisis melalui pendekatan semiotik Roland Barthes meliputi aspek denotatif, konotatif, dan mitos untuk mengeksplorasi konstruksi perempuan Indonesia dari era awal terbit hingga era modern. Representasi ini bukan hanya soal estetika, melainkan juga bentuk kontrol simbolik terhadap tubuh perempuan, sebagaimana tercermin dalam visual sampul majalah *Femina Indonesia* edisi 1974. Oleh karena itu, objek dalam penelitian ini adalah sampul depan *Majalah Femina* yang mewakili dua periode berbeda, yaitu:

1. **Edisi tahun 1974**, pemilihan dua sampul *Majalah Femina* edisi No. 35 dan No. 39 Tahun 1974 sebagai objek kajian didasarkan pada pertimbangan kontekstual. Tahun 1974 merupakan dua tahun setelah awal penerbitan *Femina* pada 1972. Dalam konteks itu, representasi perempuan dalam media tidak dapat dipisahkan

dari arah kebijakan dan konstruksi nilai-nilai sosial yang dominan. Kedua edisi ini dipilih untuk menangkap konsistensi maupun variasi representasi visual perempuan pada periode awal penerbitan majalah.

Seperti yang dijelaskan oleh (Santoso, 1991), sejak akhir dekade 1960-an, pemerintah telah mengikutsertakan perempuan secara aktif dalam agenda pembangunan nasional, baik sebagai pelaksana maupun sasaran. Perempuan dipandang sebagai elemen strategis dalam struktur demografi Indonesia, yang perlu diberdayakan untuk menunjang keberhasilan pembangunan. Dalam konteks ini, media massa seperti *Femina* memainkan peran signifikan sebagai kanal penyebaran ide-ide pembangunan sekaligus turut membentuk citra sosial mengenai perempuan ideal sesuai dengan narasi pembangunan yang dominan kala itu.

Selain itu, dinamika sosial budaya yang berkembang pada awal masa pembangunan nasional turut memengaruhi pergeseran peran perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Ketika sektor produksi tradisional mengalami penurunan dan stagnasi melanda bidang pertanian serta manufaktur, banyak perempuan mulai memasuki sektor jasa dan perdagangan, terutama di kawasan pedesaan seperti di Pulau Jawa. Transformasi ini secara bertahap membentuk citra baru mengenai perempuan, yang kemudian direpresentasikan melalui berbagai media visual, termasuk pada sampul majalah (Santoso, 1991).

Dengan latar perubahan sosial tersebut, edisi majalah tahun 1974 menjadi fokus penting untuk ditelaah, karena secara historis mencerminkan bagaimana media ikut andil dalam membentuk representasi visual perempuan di masa itu. Kajian terhadap sampul edisi ini tidak hanya mengungkap makna citra yang dihadirkan, tetapi juga memberikan ruang pembacaan atas bagaimana ideologi pembangunan, konstruksi gender, dan narasi negara dimediasi melalui bentuk visual yang khas pada zamannya.

2. **Edisi tahun 2021**, Pemilihan dua sampul *Majalah Femina* edisi No. 01 dan No. 02 Tahun 2021 sebagai objek kajian dilakukan karena tahun tersebut merupakan dua tahun sebelum penghentian terbit cetak *Femina* pada 2022. Edisi 2021

dipandang merepresentasikan konteks sosial dan budaya modernitas dalam masyarakat Indonesia, sekaligus menjadi pembanding dari periode awal penerbitan majalah. Majalah *Femina* edisi tahun 2021 dipilih untuk memperlihatkan transformasi visual perempuan dalam tatanan sosial dan budaya yang lebih terglobalisasi.

Jika pada edisi 1974 representasi perempuan lebih lekat dengan narasi feminisme yang mengedepankan citra kepatuhan, peran domestik, dan kontribusi terhadap stabilitas keluarga yang sering kali dikonstruksi dalam kerangka ideologi negara (Warhani dkk., 2016), maka pada edisi 2021, representasi perempuan tampil dalam narasi yang lebih cair, beragam, dan terpengaruh oleh nilai-nilai global seperti pemberdayaan individu, kesetaraan gender, serta kebebasan berekspresi. Perubahan ini memperlihatkan bagaimana media cetak seperti majalah turut memotret transisi nilai dalam masyarakat, di mana gaya hidup dan representasi visual menjadi bagian dari konsumsi budaya sehari-hari (Warhani dkk., 2016).

Dengan membandingkan dua sampul dari periode yang berbeda secara signifikan, penelitian ini bertujuan untuk menangkap jejak-jejak perubahan ideologis yang direfleksikan melalui tanda-tanda visual yang muncul pada sampul majalah. Pendekatan semiotika Roland Barthes menjadi landasan utama untuk membaca makna-makna yang tersembunyi di balik citra tersebut mulai dari level denotatif hingga ke konotasi dan mitos yang mengandung ideologi.

Barthes (dalam Iswidayati, 2006) menegaskan bahwa mitos dalam media modern sering kali bekerja untuk menyamarkan ideologi dominan sebagai hal yang tampak ‘alami’. Dalam hal ini, stereotip gender menjadi salah satu bentuk mitos yang kerap dilanggengkan oleh media: perempuan tidak ditampilkan berdasarkan realitas, melainkan melalui kerangka budaya dan kuasa. Maka dari itu, kajian ini ingin melihat apakah representasi visual perempuan yang muncul dalam *Femina* edisi 2021 benar-benar menampilkan nilai-nilai baru atau hanya memodernisasi stereotip lama dalam kemasan yang lebih segar.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer dalam penelitian ini berupa representasi visual yang terdapat pada sampul majalah *Femina* edisi tahun 1974 dan edisi tahun 2021 serta halaman isi majalah yang merepresentasikannya pula. Kedua edisi tersebut dipilih secara *purposive* karena dianggap mencerminkan perbedaan konteks sosial dan budaya yang signifikan dalam dua periode waktu yang berbeda. Analisis terhadap data visual ini dilakukan dengan pendekatan semiotika Roland Barthes guna mengungkap makna pada tiga level pertandaan, yaitu denotatif, konotatif, dan mitologis, yang merepresentasikan citra perempuan sebagaimana ditampilkan dalam sampul masing-masing edisi.
2. Adapun data sekunder meliputi berbagai literatur yang mendukung proses analisis dan interpretasi. Literatur ini mencakup: (1) buku-buku teori semiotika, khususnya karya Roland Barthes seperti *Mythologies* dan *Image–Music–Text*, serta sumber pendukung seperti karya Alex Sobur yang menyajikan pendekatan Barthes dalam konteks media dan komunikasi, (2) referensi mengenai representasi perempuan Indonesia dalam media sepanjang beberapa dekade terakhir, (3) kajian sosial-budaya yang berkaitan dengan konstruksi dan representasi perempuan dalam ruang publik; serta (4) arsip media, artikel populer, dan kajian akademik yang membahas dinamika majalah *Femina* sebagai produk media sekaligus cerminan identitas perempuan Indonesia. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat pemaknaan visual serta menempatkan hasil analisis dalam kerangka kontekstual yang lebih luas dan relevan.

Indikator dalam penelitian ini ditetapkan pada empat elemen visual utama, yaitu pose, busana, riasan, dan warna yang muncul pada sampul majalah *Femina*. Keempat elemen tersebut dipilih karena secara konsisten menjadi representasi visual yang menonjol dalam konstruksi citra perempuan. Analisis terhadap indikator ini dilakukan dengan menggunakan tiga level pemaknaan

Roland Barthes, yakni denotasi, konotasi, dan mitos.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Dokumentasi Visual

Penulis mengumpulkan serta mendokumentasikan sampul majalah *Femina* edisi tahun 1974 dan 2021 sebagai data visual utama untuk analisis semiotika. Sampul edisi tahun 1974 diperoleh melalui proses pemindaian (*scan*) dari buku fisiknya, baik pada bagian sampul maupun beberapa halaman isi yang relevan, sedangkan edisi tahun 2021 diunduh dalam format digital melalui sumber arsip daring yang kredibel, yaitu Gramedia Digital. Pemilihan kedua edisi dilakukan secara *purposive* karena dinilai merefleksikan dinamika sosial-budaya dalam dua kurun waktu yang berbeda secara signifikan. Dokumentasi visual ini menjadi objek utama dalam proses analisis, dengan fokus pada struktur tanda (*sign*) serta makna yang terkandung di dalamnya pada level denotatif, konotatif, dan mitologis. Dalam tahap dokumentasi, penulis mengidentifikasi berbagai elemen visual seperti pose, busana, warna, riasan, serta simbol-simbol lain yang berpotensi memuat makna tertentu, terutama dalam kaitannya dengan konstruksi citra perempuan sesuai konteks zamannya.

3.4.2 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan teoritis serta mendukung proses interpretasi terhadap data visual yang dianalisis. Penulis menelusuri berbagai literatur yang relevan, terutama teori semiotika Roland Barthes yang menjadi kerangka analisis utama dalam penelitian ini. Selain itu, studi pustaka juga mencakup referensi mengenai representasi perempuan dalam media, perkembangan sosial-budaya dalam masyarakat Indonesia sepanjang dekade yang berbeda, serta sejarah perempuan sebagai medium komunikasi massa. Literatur yang digunakan bersumber dari buku teori, jurnal ilmiah, arsip media, hingga artikel populer yang dikurasi secara kritis. Semua sumber ini dimanfaatkan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap konteks visual dan lapisan makna simbolik yang muncul dalam sampul majalah *Femina* edisi yang dikaji.

3.4.3 Interpretasi Konteks Sejarah Visual

Dalam kajian sejarah, terdapat tiga pengertian utama mengenai sejarah itu sendiri. Pertama, sejarah dipahami sebagai peristiwa, yaitu rangkaian kejadian yang terjadi pada masa lampau dan melibatkan aktivitas manusia. Kedua, sejarah sebagai kisah atau narasi, yakni catatan atau cerita yang disusun berdasarkan peristiwa-peristiwa tersebut. Ketiga, sejarah sebagai ilmu, yaitu metode atau pendekatan ilmiah yang digunakan untuk merekonstruksi serta menafsirkan peristiwa masa lalu secara sistematis (Garraghan, 1957: 3–32) dalam (Wasino & Hartatik, 2018).

Dalam halnya pada penelitian ini, pendekatan historis digunakan untuk menafsirkan sampul majalah *Femina* sebagai representasi visual perempuan dari dua era berbeda. Penelusuran terhadap latar sosial dan sejarah dari masing-masing sampul menjadi penting agar interpretasi atas tanda-tanda visual tidak hanya terbatas pada bentuk atau simbol yang tampak, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial budaya yang mempengaruhi pembentukan representasi tersebut.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, yang membagi proses pemaknaan ke dalam tiga tingkat: denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini digunakan untuk membaca dan menginterpretasi elemen visual pada sampul majalah *Femina* tahun 1974 dan 2021. Tabel pembacaan dibuat dengan membagi masing-masing sampul ke dalam elemen visual seperti pose, busana, riasan, dan warna untuk dianalisis pada tiga tingkat makna menurut Barthes: denotatif, konotatif, dan mitologis. Pemaknaan mendalam tersebut guna mengungkap bagaimana konstruksi makna visual terhadap perempuan dibentuk dalam dua periode yang berbeda.

3.5.1 Analisis Denotatif

Tahap pertama adalah pembacaan denotatif, yaitu mengidentifikasi dan mendeskripsikan elemen-elemen visual secara literal tanpa penambahan makna simbolik. Pada tahap ini, penulis mencatat unsur-unsur elemen

gambar seperti pose, busana, riasan, hingga warna sebagai elemen visual pada sampul majalah. Pendekatan ini bertujuan menangkap bentuk dan isi visual sebagaimana tampak secara kasatmata.

3.5.2 Analisis Konotatif

Selanjutnya, dilakukan analisis konotatif untuk menafsirkan makna yang tersembunyi di balik bentuk-bentuk visual tersebut. Makna konotatif muncul dari interpretasi yang dipengaruhi oleh budaya, pengalaman sosial, dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat pada zamannya. Pada tahap ini, representasi visual dibaca sebagai simbol sosial yang merefleksikan persepsi masyarakat terhadap perempuan, gaya hidup, dan norma gender.

3.5.3 Analisis Mitos

Tahap ketiga adalah penggalian mitos, yaitu pemaknaan ideologis yang terbentuk melalui sistem dalam media massa. Mitos dalam konteks ini dimaknai sebagai ideologi dominan yang disampaikan melalui representasi visual perempuan pada sampul majalah dan dianggap ‘alami’ atau ‘wajar’ oleh khalayak. Analisis ini mengungkap bagaimana media membentuk konstruksi tentang perempuan ideal, peran sosial, atau moralitas yang dilekatkan pada perempuan secara simbolik.

3.5.4 Pembacaan Konteks Historis

Untuk memperkuat hasil analisis, dilakukan pembacaan terhadap konteks historis, sosial, dan budaya pada masing-masing tahun terbit. Sampul majalah tahun 1974 dianalisis dalam kaitannya dengan nilai-nilai dan wacana yang berkembang di masa awal terbitnya *Femina*, sedangkan edisi tahun 2021 dibaca dalam konteks masyarakat terglobalisasi yang lebih terbuka terhadap isu identitas, kesetaraan, dan ekspresi diri. Analisis ini bertujuan memperjelas relasi antara konstruksi visual dan kondisi zaman yang melatarbelakanginya.

Pendekatan ini tidak dimaksudkan untuk mengulas konstruksi sosial secara menyeluruh, tetapi lebih kepada menempatkan visual sampul

sebagai cerminan simbolik dari representasi perempuan yang dibentuk melalui budaya populer pada masing-masing zamannya. Dengan begitu, analisis dapat menjelaskan bagaimana media turut merepresentasikan dan pada titik tertentu, memperkuat konstruksi sosial budaya secara simbolik melalui visual sampul majalah tentang perempuan dalam kerangka waktu yang spesifik.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi aspek penting untuk memastikan bahwa temuan dan interpretasi yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, penulis menerapkan beberapa teknik untuk menjaga keabsahan data dalam studi ini, yaitu:

1. Triangulasi Teori

Penulis mengaitkan hasil temuan visual dengan berbagai teori yang relevan secara konseptual. Teori utama yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, yang menjadi landasan dalam menganalisis struktur tanda dan lapisan makna. Selain itu, teori dan literatur pendukung mengenai media, representasi perempuan, serta budaya visual turut dijadikan pembanding untuk memperkuat dan memperluas pemaknaan atas data. Penulis merujuk pada teori representasi (*encoding*) Stuart Hall sebagai pembanding konseptual terhadap makna yang terbentuk dalam konteks sosial-budaya. Teknik ini sejalan dengan saran Moleong (2007:330) yang menyatakan bahwa triangulasi dapat dilakukan melalui teori sebagai alat pembanding makna.

2. Validasi Interpretatif

Untuk menjaga konsistensi dalam proses penafsiran tanda, penulis mengacu secara ketat pada kerangka semiotika Roland Barthes yang membagi analisis menjadi tiga level: denotatif, konotatif, dan mitologis. Seluruh penafsiran dilakukan secara sistematis dan mempertimbangkan konteks visual serta latar sosial-budaya yang melatarbelakangi kemunculan citra. Proses interpretasi dilalui dengan pembacaan ulang dan refleksi kritis guna menghindari tafsir yang sewenang-wenang atau bias pribadi, sehingga makna yang dihasilkan tetap

relevan dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

3. **Kredibilitas Naratif**

Narasi analisis dalam penelitian ini dibangun berdasarkan data visual yang terdokumentasi dan sumber pustaka yang valid. Penulis berupaya menyusun temuan secara transparan, berdasarkan bukti-bukti visual yang nyata serta literatur akademik yang relevan. Hal ini dilakukan untuk menghindari spekulasi tanpa dasar dan memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan bersifat objektif dan dapat diverifikasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, dan mitologis yang direpresentasikan melalui visual perempuan pada sampul *Majalah Femina* edisi tahun 1974 dan 2021, serta untuk memahami bagaimana pergeseran representasi tersebut mencerminkan perubahan konstruksi sosial-budaya dari masa ke masa. Berdasarkan hasil analisis semiotika Roland Barthes terhadap empat sampul majalah, diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut.

Secara denotatif, *Femina* tahun 1974 menampilkan sosok perempuan dengan busana tertutup, pose formal, dan ekspresi tenang yang menunjukkan citra keanggunan serta kesopanan. Elemen visual seperti gaun panjang, warna lembut, dan riasan natural menjadi penanda estetika perempuan ideal versi Orde Baru yang berorientasi pada moralitas, kesederhanaan yang dibentuk oleh sosial. Sebaliknya, pada tahun 2021, representasi visual perempuan tampil lebih ekspresif dan dinamis melalui pose percaya diri, busana modern, serta warna-warna kontras yang mencerminkan keberanian dan kemandirian. Pergeseran ini memperlihatkan transformasi nilai dari kesopanan menuju aktualisasi diri.

Pada tataran konotatif, sampul *Femina* tahun 1974 membangun konstruksi femininitas yang menempatkan perempuan dalam posisi patuh, terkendali, dan terikat pada ranah domestik. Representasi ini tidak bersifat netral, melainkan berfungsi sebagai mekanisme ideologis yang mendisiplinkan tubuh dan perilaku perempuan melalui penataan visual yang rapi dan tertib. Kode-kode visual seperti pose tubuh yang terkontrol dan busana tertutup mereproduksi standar femininitas normatif yang membatasi ruang gerak perempuan, sekaligus

menegasikan agensi perempuan sebagai subjek otonom. Sementara itu, *Femina* tahun 2021 menampilkan simbol-simbol baru yang berkaitan dengan *women empowerment* dan *self-expression*, di mana perempuan direpresentasikan sebagai individu mandiri yang dapat mengekspresikan identitas diri di ruang publik tanpa meninggalkan sisi femininnya. Namun demikian, representasi ini masih berpotensi menjadi bentuk *neo-stereotype*, di mana citra “perempuan kuat” dikomodifikasi oleh media untuk kepentingan komersial.

Pada tataran konotatif selanjutnya, sampul *Femina* tahun 1974 membangun konstruksi feminitas normatif yang menempatkan perempuan sebagai subjek yang patuh, terkendali, dan dilekatkan pada ranah domestik. Representasi ini tidak bersifat netral, melainkan bekerja sebagai mekanisme ideologis yang mendisiplinkan tubuh dan perilaku perempuan melalui penataan visual yang rapi, tertib, dan terukur. Sementara itu, sampul *Femina* tahun 2021 menampilkan pergeseran representasi menuju citra perempuan yang mandiri, percaya diri, dan aktif di ruang publik melalui simbol-simbol *women empowerment* dan *self-expression*. Perempuan direpresentasikan sebagai individu yang memiliki pilihan dan kontrol atas dirinya, tanpa sepenuhnya melepaskan identitas feminin.

Secara mitologis, representasi tahun 1974 memproduksi mitos tentang feminitas sebagai keteraturan, kepatuhan, dan keharmonisan sosial, sesuai dengan konteks zamannya sedangkan pada tahun 2021 mitos tersebut bergeser ke arah *postfeminist femininity*, yakni gagasan tentang perempuan yang tampak bebas, produktif, dan berdaya, tetapi tetap diregulasi melalui standar kecantikan, keberhasilan personal, dan konsumerisme. Dengan demikian, relasi kuasa dalam representasi perempuan tidak menghilang, melainkan mengalami transformasi: dari mekanisme pendisiplinan yang bersifat normatif menuju regulasi diri yang bekerja melalui persetujuan dan internalisasi nilai pasar.

Pergeseran representasi ini menunjukkan bahwa perubahan visual dalam majalah *Femina* tidak sekadar mencerminkan perkembangan estetika,

melainkan juga transformasi cara media memproduksi dan mengelola makna tentang perempuan. Melalui pembacaan semiotika kritis, tampak bahwa representasi perempuan senantiasa berada dalam arena negosiasi antara ideologi gender, kepentingan ekonomi media, dan nilai sosial yang dominan di setiap periode. Oleh karena itu, *Femina* berfungsi bukan hanya sebagai medium representasi, tetapi juga sebagai agen kultural yang secara aktif membentuk, membingkai, dan mereproduksi wacana feminitas sesuai dengan logika zamannya.

5.2 Saran

1. Bagi pengembangan studi komunikasi dan budaya populer, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang relasi antara media, gender, dan ideologi, khususnya dalam konteks representasi visual perempuan di Indonesia. Penelitian lanjutan dapat memperluas objek analisis tidak hanya pada sampul, tetapi juga konten naratif, iklan, atau kampanye visual digital untuk melihat kesinambungan ideologisnya.
2. Bagi media dan praktisi kreatif, hasil penelitian ini menjadi refleksi agar representasi perempuan tidak hanya menonjolkan aspek visual dan estetika, tetapi juga nilai keberagaman, agensi, dan realitas sosial yang lebih inklusif.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengombinasikan pendekatan semiotika dengan metode resepsi khalayak agar dapat menggali bagaimana pembaca modern menafsirkan representasi perempuan dalam media. Pendekatan ini dapat memperkuat pemahaman bahwa makna media tidak bersifat tunggal, melainkan hasil negosiasi sosial antara produsen dan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan* (Edisi 5). Jakarta: Salemba Humanika.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). New York: Hill and Wang. (Original work published 1957)
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa* (Edisi ke-9, R. Hartanto, Terj.). Jakarta: Salemba Humanika. (Karya asli diterbitkan oleh Cengage Learning)
- Botts, R. T. T. F. (2024). *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction* (Sixth Edition). Routledge.
- Denis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa: McQuail's Mass Communication Theory* (Diterjemahkan dari edisi keenam). SAGE Publications Inc.
- Dobson, A. S. (2015). *Postfeminism, Girls and Young Women, and Digital Media*.
- Fakih, M. (2008). *Analisis gender dan transformasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fiske, J. (1990). Other Models. Dalam J. Fiske (Ed.), *Introduction to Communication Studies* (Second edition). Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203134313-10>
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, &

- P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). London: Hutchinson.
- Hoed, B. H. (2015). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. In Komunitas Bambu (3rd ed.). Komunitas Bambu.
- Iswidayati, S. (2006). Roland Barthes dan Mithologi. *Imajinasi - Jurnal Seni*, 2(2), 12.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th Edition). Waveland Press, Inc.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhijrah, S. Pd., M. P., & Desain. (2024). *PELENGKAP BUSANA BERSIFAT AKSESORIS*. In M. P. Besse Qurani, S. Pd. (Ed.), Tahta Media Group (1st ed., Vol. 1, Issue 1). TAHTA MEDIA GROUP.
http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Educacao_PereiraAS_1.pdf
http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm
http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/td_2306.pdf
<https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/>
- Santoso, G. M. R. (1991). *Wanita dan Pembangunan*. Yogyakarta: Humaniora.
- Sobur, A. (2001). *Analisis teks media: Suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotika, dan analisis framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supratman, L. P. (2012). *Citra perempuan dalam media*. Bandung: Jurnal Observasi.

Suryakusuma, J. (2011). *State Ibuism: The Social Construction of Womanhood in the Indonesian New Order*. Depok: Komunitas Bambu.

Wasino, & Hartatik, E. S. (2018). *Metode Penelitian Sejarah: Dari Riset hingga Penulisan*. Seri Publikasi Pembelajaran, 11.

Skripsi dan Tugas Akhir

Indriantari, D., Septyani, T., Apriani, E. P. A., Azizah, N. D., & Nauffal, M. Z. (2023, November). Analisis Teori Female Gaze Pada Poster Wardah Fruity Sheer Lip Balm. In *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Media* (pp. 28-34).

Latifah. (2014). *Konstruksi Peran Sosial Perempuan dalam Rubrik Liputan Khas “Sukses di Mata Kami” pada Majalah Femina*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Putra, D. E. (2023). *Representasi Citra Perempuan dalam Film: Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film Makmum: The Movie*. Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia.

Putri, D. E. (2023). *Representasi Citra Perempuan dalam Film (Analisis Semiotika Roland Barthes Film Makmun: The Movie)*. Universitas Islam Indonesia. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>

Respati, A. A. (2024). *Representasi Perempuan Karier Indonesia pada Era 70-an dan Era Modern (Analisis Semiotika pada Cover Majalah Femina edisi tahun 1972 dan tahun 2012)*.

Trigustia Pusporini. (2009). *Analisis Semiotika Rubrik Fashion Style Majalah Kawanku*. Skripsi.

Umi Muniroh. (2016). *Perempuan dalam Iklan di Majalah Femina dan*

Kartini (Analisis Semiotika Berperspektif Gender). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Umma, W. (2016). *Mode pakaian wanita di Surabaya Tahun 1970–1990*. In Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents (Vol. 5, Issue 2).

Jurnal Ilmiah

Ahmad, I., & Sudha, R. T. (2016). *WOMEN EMPOWERMENT : A LITERATURE REVIEW*. 2(6), 1353–1359.

Ainia, N. (2023). *KONSEP DIRI DAN SELF ACCEPTANCE PADA PEREMPUAN (Studi Fenomenologi Pada Kampanye #ImPerfectBeauty by Elsheskin) Nur Ainia Abstrak*. 07(02), 17–27.

Akbar, M. R. (2021). Representasi Perempuan dalam Rezim Wacana Orde Baru. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 3(2), 28-47.

Aprinta, G. (2011). Kajian media massa: Representasi girl power wanita modern dalam media online (Studi framing girl power dalam rubrik karir dan keuangan *Femina* online). *Jurnal The Messenger*, 3(1), 12-27.

Astuti, Y. D. (2016). Media dan gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 25. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i2.1205>

Aziz, A., Felix, J., & Sonia, C. R. (2017). *Membaca Lighting & Model Pose Fotografi dalam Cover Majalah (Studi Majalah ELLE Indonesia)*. *Jurnal Seni Media Rekam*, 17, 11.

- Desiyanti, N. M., & Lililacs, A. (2022). Beauty Standard Construction in Magazine Advertisements. *Lililacs Journal*, 2(1), 27-35.
- Diego Kozlowski, G. L. C. M. F. F. G. E. A., Gabriela Lozano, Carla M. Felcher, Fernando Gonzalez, & Edgar Altszyler. (2020). Gender bias in magazines oriented to men.
- Fatimah, S. (2007). Perempuan dan kekerasan pada masa Orde Baru. *Jurnal Demokrasi*, 6(2).
- Fitriana, F., Soedjono, S., & Kusrini, K. (2022). Representasi ‘Kekerasan Simbolik’ dalam Foto Iklan: Studi Kasus Foto Iklan Cetak Produk Kecantikan Perempuan dalam Majalah *Femina* Tahun 2000. *Spectā: Journal of Photography, Arts, and Media*, 5(2), 83–98.
<https://doi.org/10.24821/specta.v5i2.6122>
- Gloria Narida, M. (2019). *Brand Image dalam Persaingan Iklan E-commerce dengan Menggunakan Brand Ambassador (Analisis Semiotika Iklan Shopee “Bisa Tuku Saiki” versus Tokopedia x BTS)*. *Journal Of Media and Communication Science* 12 Diterbitkan Oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram, 3(1), 12–25.
www.careers.shopee.co.id,
- Guéguen, N. (2012). *Does Red Lipstick Really Attract Men? An Evaluation in a Bar*. *International Journal of Psychological Studies*, 4(2), 206–209. <https://doi.org/10.5539/ijps.v4n2p206>
- Hanifah, U. (2011). Konstruksi Ideologi Gender Pada Majalah Wanita (Analisis Wacana Kritis Majalah Ummi). *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 199–220.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v5i2.170>

- Harish, M. (2018). *Semiotika dalam Analisis Fenomena Busana Kerja*. Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 7(3), 45–56. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Hazairin, A. Z., Kandi, S., & Hadi, M. A. L. (2023). Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap kesetaraan gender. *Prosiding Seminar Nasional*, 1194–1204.
- Hidayat, A. (2019). *Makna Pose Model dalam Iklan dan Media Visual: Analisis Semiotika Roland Barthes*. Jurnal Komunikasi dan Media, 11(2), 65–76.
- Hyunanda, V. F., Ram, P., & Gabriel, L. (2021). *State Ibuism and Women's Empowerment in Indonesia : Governmentality and Political Subjectification of Chinese Benteng Women*.
- Ica, A. (2024). *Teori Representasi Stuart Hall: Mengungkap Makna Dalam Media Dan Budaya: Perspektif Teori Stuart Hall*. Sanak: Jurnal Studi Agama-Agama, 2(2). dari sini buatlah parafrase untuk pembukanya
- Indrie, L., Ilieva, J., Dineva, P., Kazlacheva, Z., Zlatev, Z., & Sturza, A. (2025). *A study of types of silhouettes in women's clothing*. Industria Textila, 76(1), 19–30. <https://doi.org/10.35530/IT.076.01.2024139>
- Iskandar, A., Sobarna, C., Mulyana, D., & Risagarniwa, Y. Y. (2014). *Kajian Budaya Fotografi Potrait dalam Wacana Personalitas*. Panggung, 24(3). <https://doi.org/10.26742/panggung.v24i3.127>
- Istighfarina, N., & Sudrajat, R. H. (2017). Analisis Isi Daya Tarik Pesan Iklan Berdasarkan Elemen Print Ad pada Iklan Sabun Mandi di Majalah *Femina* Periode Januari 2014-Agustus 2016. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 44. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.76>
- Jadidah, I. T., Alfarizi, M. R., Liza, L. L., Sapitri, W., & Khairunnisa, N. (2023). Analisis Pengaruh Arus Globalisasi Terhadap Budaya Lokal

- (Indonesia). *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 3(2), 40–47. <https://doi.org/10.47200/aossagcj.v3i2.2136>
- Kartika Putrianto, N., Arianto, R. I., Kartika, D., Amalia, S., & Putrianto, N. K. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Dewasa Muda dalam Pembelian Kaos Polo, Kemeja, dan Celana Jeans di Kota Malang dan Surabaya*. Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri, 1(3), 1–16.
- Kim, Y.-M., Kim, J.-H., & Kim, Y.-S. (2014). *Types and Expression Characteristics of Model Poses in Modern Fashion Photographs - Focused on Patrick Demarchelier's Fashion Photos-*. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 38(5), 769–782. <https://doi.org/10.5850/jksct.2014.38.5.769>
- Lestari, P. (2016). *Feminisme Sebagai Teori Dan Gerakan Sosial Di Indonesia*. Universitas Negeri Semarang.
- Mayun Susandhika, I. G. N. (2019). Globalisasi dan Perubahan Budaya: Perspektif Teori Kebudayaan Modern. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.47532/jic.v1i2.10>
- Mufidah, A., Mubarrok, Z. A., Az-zahra, F., Wulandari, C. A., Rosita, H., Nabila, A. C., Novika, R. I., & Dewi, R. (2025). Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1), 97–110.
- Mufidah, L., Rahmawati, R., & Anindita, D. (2025). Representasi standar kecantikan perempuan Indonesia dalam konten endorsement produk kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1). <https://jurnal.uny.ac.id/index.php/dimensia/article/view/80014>

- Ningtyas, D. A., Haikal, H., Ariska, Y., & Kusnadi, E. (2023). Makna Karikatur Cover Majalah Tempo Edisi September 2019: Studi Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Media Penyiaran*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.31294/jmp.v3i01.1934>
- Nurmadani, N., Darmawan, M. R., & Danny, F. (2025). Gender dalam perspektif aliran feminisme: Analisis wacana tentang hakikat dan kedudukan perempuan. *Journal of Gender and Millennium Development Studies*, 2(2), 142-152.
- Pea, I. C. R. (2020). *Fenomena Penggunaan Makeup di Kalangan Remaja Perempuan: Analisis Semiotika*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 154–166.
- Pradana Ayu, S., Pratmajaya, P., & Lukistyawan, A. (2024). *Lurik Senthir Apparel Product in Fashion Photography Busana Produk Lurik Senthir Dalam Fotografi Fesyen*. 4(1), 19–28.
- Prawitasari, A., Susanto, & Ardiyanto, D. T. (2020). Mass Media Instagram in the Perspective of Popular Culture. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(5), 61–68. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i5.1600>
- Rachman, T. (2020). *Peran Penting Palet Warna dan Semiotika: Mengurai Makna Warna dalam Desain Visual*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual NARADA*, 2(1), 14–27.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Sari, M. W., & Rahmanita, N. (2025). *UPCYCLE FAST FASHION IN THE ART OF BEAT STYLE Mutia*. *Penelitian Busana Dan Desain*, 1(1), 1–12.

- Setyanto, D. W. (2018). Teori Jangkar Semantik Pada Warna Serta Penerapannya Pada Fotografi Iklan. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 144-161.
- Suhartanto, A. (2021). *BURUNG CENDERAWASIH, BUNGA SEPATU, DAN MOTIF BATIK KLASIK SEBAGAI IDE PENCIPTAAN MOTIF BATIK PADA BUSANA EVENING*. Reimajenasi Timbre: Nostalgia Bunyi Melalui Komposisi Musik, 3(1210620032), 1–16. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/8497>
- Supandi, M. (2017). Perempuan dalam Novel Dakwah: Kajian Karya Asma Nadia dalam Perspektif Hall. *LAKON: Jurnal Kajian Sastra dan Budaya*, 6(1), 1–12. <https://e-journal.unair.ac.id/LAKON/index>
- Surgawi, F. (2024). *Analisis Warna Retro pada Elemen Artistik sebagai Pendukung Visual Waktu Film Smugglers 2023*. *Sense: Journal of Film and Television Studies*, 7(2), 85–100. <https://doi.org/10.24821/sense.v7i2.14133>
- Susanto, M. A., & Indrojarwo, B. T. (2016). *Desain Aksesoris Fashion Wanita Urban dengan Eksplorasi Material Kaca*. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2), 380–385. https://ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/21015%0Ahttps://ejurnal.its.ac.id
- Tolochin, I. V., & Kurkina, A. S. (2023). *The fluid meaning of femininity in modern contexts : Demure, celebratory, assertive*. 7–9.
- Wardhani, A. (2017). Urban Indonesia dalam Komunikasi. *Dimensi DKV*, 2(2), 89–103.
- Warhani, A., Sabana, S., & Ardianti, I. (2017). Representasi Perempuan

Indonesia Melalui Artikel Mode pada Majalah *Femina*. *Panggung*, 26(4). <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i4.204>

Wibowo, A. A., & Astuti, D. (2021). *Gestur Tangan Manusia dalam Karya Fotografi Seni.Rekam*, 17(2), 113–122. <https://doi.org/10.24821/rekam.v17i2.4803>

Wicaksono, M. A. (2016). *Ibuisme Masa Kini: Suatu Etnografi tentang Posyandu dan Ibu Rumah Tangga*. *Umbara*, 1(2), 125–137. <https://doi.org/10.24198/umbara.v1i2.9921>

Yuastanti, E., & Pamungkas, Y. H. (2016). *Gaya Busana Siti Hartinah Soeharto Sebagai Ibu Negara Indonesia Tahun 1968–1996*. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 4(2), 563–577.

Internet/Situs Web

Femina. (2017). *Syarat Pendaftaran Wajah Femina*. Diakses pada 30 Juli 2025 dari <https://Femina.co.id/wajah-Femina/syarat-pendaftaran/>

Femina. (2021, Edisi No. 01). Jakarta: *Femina Media Group*. Diakses 03 Oktober 2025 pukul 19.00, dari <https://ebooks.gramedia.com/id/majalah/Femina-ed/01-2021>

Femina. (2021, Edisi No. 02). Jakarta: *Femina Media Group*. Diakses 03 Oktober 2025 pukul 19.00, dari <https://ebooks.gramedia.com/id/majalah/Femina-ed/02-2021>

Femina.co.id. (2022). *Tentang Kami*. Diakses dari <https://www.Femina.co.id/about-us>

Femina Group. (2024). *Company Overview*. Diakses pada 30 Juli 2025 dari <https://id.linkedin.com/company/Femina-group>

Karja, I. W. (2021). *Makna Warna*. 1, 110–116. <https://en.wikipedia.org/>

Kompasiana. (2024). *Majalah Femina: Perjalanan Menjadi Pemimpin Kisah Wanita dalam Dunia Bisnis*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/cindisintiyasari1567/66f55f0dc925c42e88166d53/majalah-Femina-perjalanan-menjadi-pemimpin-kisah-wanita-dalam-dunia-bisnis>

Our World in Data. (2023). *Women in National Parliaments (% Seats Held by Women)*. Diakses pada 23 Juli 2025 dari <https://ourworldindata.org/women-rights>

Vogue. (2025, 1 February). A Hit on the Runways and in Real Life, The Fringe Is Back With a Bang (O. Singer). Retrieved 09 October 2025, from <https://www.vogue.co.uk/article/fringes-are-back?utm>