Persepsi Glamor dan Elegan Bagi Para Pencinta Fashion

(Analisis persepsi anggota komunitas Hijabie Community terhadap foto fashion dalam majalah Dewi dan majalah Harper's Bazaar)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh :

Vina Zahratul Hayat

NIM. 14321072

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

Persepsi Glamour dan Elegan Bagi Para Pencinta Fashion

(Analisis persepsi anggota komunitas Hijabie Community terhadap foto fashion dalam majalah Dewi dan majalah Harper's Bazaar)

Disusun oleh

VINA ZAHRATUL HAYAT

NIM. 14321072

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 06 DEC 2018

Dosen Pembimbing Skripsi,

Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.

NIDN 0514078701

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

Persepsi Glamour dan Elegan Bagi Para Pencinta Fashion

(Analisis persepsi anggota komunitas Hijabie Community terhadap foto fashion dalam majalah Dewi dan majalah Harper's Bazaar)

Disusun oleh

VINA ZAHRATUL HAYAT

NIM. 14321072

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 06 DEC 2018

Dewan Penguji:

1. **Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.** (.....)

NIDN. 0514078701

2. **Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A.** (.....)

NIDN. 0509118601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Muzayin Nazaruddin, S. Sos., M.A.

NIDN. 0516087901

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Vina Zahratul Hayat

NIM : 14321072

Melalui surat ini menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti peenjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indoensia.

Demikian pernyataan ini saya setujui dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 06 Desember 2018

Yang menyatakan,



(Vina Zahratul Hayat)

NIM. 14321072

MOTTO

"Yang tidak pernah memulai apa-apa tidak akan pernah menghasilkan apa-apa, dan kamu harus paham bahwa perjalanan seribu kilometer harus dimulai dengan ayunan langkah kaki pertama"

-Trimurti-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim.

Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang –orang yang beriman diantaramu dan orang –orang yang diberi ilmu beberapa derajat (QS: Al-Mujadilah 11)

Karya tulis ini penulis persembahkan pada :

Allah SWT yang Maha Pengasih dan Pemurah

Atas izin dari Nya Skripsi ini dapat terselesaikan, rasa syukur atas semua kemudahan dan kesulitan yang telah diberikan oleh Nya dari itu semualah saya belajar arti sebuah amanah,perjuangan dan juga tanggung jawab.

Kedua orang tua saya nan terkasih (A. Damanhuri Bandjar dan Almh. Purnama Sari . N)

Terima kasih untuk semua hal yang telah diajarkan sepanjang usia ini, pendidikan, pengalaman, nasehat, doa- doa yang tiada henti terucap selalu dilantunkan dimanapun berada. Terima kasih sudah menjadi Ayah dan Mama Terhebat. Teruntuk mama semoga dengan ini saya mampu mengamalkan keilmuan yang saya miliki untuk bekal menjadi manusia yang bermanfaat untuk umat.

Kakak-kakak tersayang (Anang Rikza Masyhadi, Eva Maria Ulfah, Mukhtar Luthfi, Aulia Rizviyanti, Farid Wajdi, Mindasari Nurjamillah, Subhi Mahmatsani, Sakinah Ali,dan terkhusus Nadia Saptarina)

Keponakan Tersayang: Azkia Zhafira Aulia, Rikza Sholahuddin,Abeera Arafah Wajdi, Ameera Rikza Wajdi, Samhan Rikza Mahmatsani, Salsabilla Ulfa Mahmassani.

Terima kasih sudah menjadi tempat dalam berbagai keadaan, motivator terbaik yang saya miliki, terima kasih karena dengan sabar dan atas do’a keluarga, semua bisa terlampaui meski perlahan semuanya pasti atas kehendakNya dan dimudahkan. saya bersyukur untuk semua hal Alhamdulillah. Semoga kita senantiasa menjadi anak yang Sholeh dan Sholehah serta berbakti pada kedua orang tua terkhusus diri saya semoga mampu berdiri sejajar dengan kakak – kakak secara bathiniah dan dhohiriyah. AmiinYRA.

Muzayyin Nadzaruddin S.Sos., M.A. dan Sumekar Tanjung,S.Sos.,M.A.

Dosen terhebat yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan sangat sabar sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Terima kasih sudah menjadi orang tua kedua penulis dalam berbagai keluh kesah dimasa studi penulis, semoga Allah membalas semua kebaikan bapak dan ibu dosen dan apa yang penulis dapatkan selama masa bimbingan menjadi investasi amal jariyah bagi bapak dan ibu yang tidak terputuskan hingga akhirat kelak. Amiin YRA.

Mursyidah Hanani, Hajidah Fildzahun Nadilah, Syaida Tinna Khadyja, Fadhilatul ulfa, Ghea Hardiyanti, Claudia Zumrotin, Ari Ramadhan, Pritha Ristraning, Nidha Farida dan yang tidak bisa disebutkan satu per satunya.

Sahabat terbaik yang tak pernah bosan untuk terus menemani, mengingatkan, mensupport untuk terus berjuang dan memenuhi tanggung jawab atas amanah studi penulis,”kau adalah sumber inspirasiku”

Teman – teman Prodi Ilmu Komunikasi UII

Senior dan Junior terbaik yang membuka mata saya bahwa “ Bertanggung Jawab atas Amanah merupakan kewajiban yang wajib terselesaikan dengan Tuntas. Saat kamu memulai di garis start maka kamu wajib menyelesaikannya hingga garis finish.” Semoga kita semua tamat dengan Khusnul Khotimah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wa Rahmatullahi Wa Barakatuh

Alhamdulillahi Rabbila'lamin a'la kulli haalin wa nikmatin. Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala rahmat, karunia dan segala nikmat serta petunjuk – Nya sehingga tugas akhir berupa Skripsi dengan judul " **Persepsi Glamour dan Elegan Bagi Para Pencinta Fashion (Analisis persepsi anggota komunitas Hijabie Community terhadap foto fashion dalam majalah Dewi dan majalah Harper's Bazaar)"** ini dapat terselesaikan dengan baik, InsyaAllah.

Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wassalama, tauladan seluruh umat manusia untuk terus berdakwah/ mensyi'arkan segala sesuatu yang baik dan menyebarluaskan nilai – nilai kebaikan dan kebenaran dalam kehidupan sehari – hari.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah syarat manusia yang selayak layaknya dimata Rabbnya dan juga baginda Rasul sebab menuntut ilmu adalah suatu kewajiban selama manusia itu bernafas, dan barang siapa yang menuntut ilmu dijalan Allah SWT maka ia termasuk orang – orang yang mendapat gelar syahid/dah fisabilillah. lalu kemudian tugas akhir ini dipergunakan untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar kesarjanaan pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Hasil dari pengerjaan Skripsi diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh kalangan terkhusus peneliti – peneliti setelah penulis, terutama para pegiat fashion design, fotografi dan lain sebagainya. Penulis tidak dengan mudah menyelesaikan amanat tugas akhir ini tanpa adanya bantuan dari banyak dan berbagai pihak selama proses penyelesaiannya. Maka dengan segaa kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Kepada mbak Atika Maulida dan mas Edi Prayitno selaku pendiri komunitas serta narasumber dalam tugas akhir ini, yang telah bersedia dan membantu untuk setiap prosesnya.
2. Kepada teman-teman Hijabie Community Yogyakarta, mbak Wunny, mbak Amalia, kakak Ninna, kakak Nidha, mbak Evi; sebagai narasumber yang luar

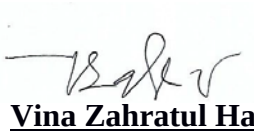
biasa sangat antusias dan sangat bersedia dalam membantu penulis untuk melengkapi segala informasi yang penulis butuhkan.

3. Dosen pembimbing skripsi penulis, ibu Sumekar Tanjung dan ibu Ratna Permata Sari yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing dan telah memberikan arahan-arahan agar tugas akhir ini cepat terselesaikan.
4. Dosen pembimbing akademik, bapak Muzayin Nadzaruddin yang telah membina, membimbing, mensupport dengan sangat bijaksana selama penulis menjadi mahasiswi ilmu komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Penulis sangat menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, oleh karena itu penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran membangun dari pembaca. Penulis juga berharap hasil penelitian yang diperoleh dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Yogyarakta, 10 Desember 2018

Penulis



Vina Zahratul Hayat

NIM. 14321072

Daftar Isi

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
Daftar Isi ..... **x**
Daftar Gambar ..... **xiii**
1. Lampiran 1 : Panduan Wawancara ..... **xiv**
2. Lampiran 2 : Transkrip Wawancara ..... **xiv**
3. Lampiran 3 : PotonganTranskrip Wawancara ..... **xiv**
4. Lampiran 4 :Halaman Bukti Melakukan Penelitian ..... **xiv**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang **1**
B. Rumusan Masalah **3**
C. Tujuan Penelitian **4**
D. Manfaat Penelitian **4**
1. Manfaat Teoritis 4
2. Manfaat Praktis 4
E. Tinjauan Pustaka **4**
1. Penelitian Terdahulu 4
E. Landasan Teori **9**
1. Fotografi Sebagai Sarana Publikasi Mode 9
3. Persepsi Sebagai Dimensi Penglihatan Lain 15
4. Audience Sebagai Khalayak Pembaca Aktif 17
5. Glamour dan Elegan Dalam Fashion 19
F. Metode Penelitian **20**
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian 20
2. Waktu dan Lokasi Penelitian 20
3. Sumber Data **20**
4. Pengumpulan data 21
5. Tahap Penelitian **22**
BAB II **24**

GAMBARAN UMUM HIJABIE COMMUNITY **24**

A. Majalah Dimata Dunia **24**

B. Karakter Konten Majalah **28**

1. Permanen 29
2. Personal 30
3. Memorial 30
4. Visual 31
5. Mengoleksi Peristiwa (Collectable) 31

C. Majalah Terfragmentasi **32**

D. Fashion dalam Pena Fotografi **33**

E. Fashion sebagai Trend Center Wanita 40

1. Trend Fashion Indonesia Terkini 41

F. Komunitas Hijabie. **44**

1. Sejarah dan Perkembangan Hijabie. 44
2. Tujuan Hijabie. 45
3. Logo Hijabie 46
4. Tentang Hijabie Community 46
5. Izin Komunitas 47
6. Deskripsi Informan Yang Bergabung Dalam Komunitas Hijabie 47
7. Profil Kepengurusan Hijabie Community 48

BAB III **49**

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **49**

A. Persepsi Anggota Hijabie Community Terhadap Foto Fashion Majalah **51**

1. Persepsi sebagai Faktor Konstektual Khalayak Atas Media Cetak (Majalah) 51
2. Makna Glamor dan Elegan Bagi Anggota Hijabie Community 54

B. PEMBAHASAN **55**

1. Deskripsi Informan Penelitian 56

1. Deskriptif Hasil Penelitian dan Pembahasan 60

BAB IV **86**

PENUTUP **86**

A. KESIMPULAN **86**

C. SARAN **87**

Daftar Pustaka **88**

LAMPIRAN **91**

1.1 Panduan Wawancara 91

1.1 Transkrip Wawancara 92

1.3. Potongan hasil wawancara tentang glamour dan elegan 116

1.4.Lampiran Halaman Bukti Melakukan Penelitian 119

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Logo Hijabie Community……..…44
Gambar 3.1. Colourfull glamour, majalah harper's bazaar……...48
Gambar 3.2. Sumba glamour, majalah harper's bazaar…….49
Gambar 3.3. Soft Elegance, majalah harper's bazaar……49
Gambar 3.4. Monocrome Elegance, majalah harper's bazaar……...49
Gambar 3.5. Pure Elegance, majalah harper's bazaar……...50
Gambar 3.6. Majalah Dewi & Harper's bazaar…….61
Gambar 3.7. Majalah Harper's bazaar dan Dewi…….....63
Gambar 3.8. Contoh isi majalah ……..…… 67
Gambar 3.9. Contoh foto fashion glamor dan elegan ……..70
Gambar 3.10. Contoh gambar foto fashion dan model…….74

Daftar Lampiran

1. **Lampiran 1 : Panduan Wawancara**
2. **Lampiran 2 : Transkrip Wawancara**
3. **Lampiran 3 : PotonganTranskrip Wawancara**
4. **Lampiran 4 :Halaman Bukti Melakukan Penelitian**

INTISARI

Vina Zahratul Hayat, 14321072, Persepsi Glamor dan Elegan Bagi Para Pencinta *Fashion* "Analisis persepsi anggota komunitas Hijabie terhadap foto *fashion* dalam majalah". Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2018.

Penelitian ini muncul dari eksistensi foto fashion. Terkhusus dalam dunia *fashion* mode, dimana fashion dan fotografi tidak dapat dipisahkan dalam dunia trend mode masa kini. *Fashion photography*, berkonsentrasikan pada bidang potret memotret dan menampilkan berbagai mode pakaian serta pernak pernik yang terkait dengan gaya hidup. Untuk pembuatan foto *fashion* membutuhkan orang – orang yang ahli dalam bidangnya; seperti fotograper dan model yang paham akan profesionalitas serta para fashion enthusiast lainnya. Baik itu; produsen, *fashion blogger*, *fashion vlogger* dan penikmat *fashion*. Seperti halnya komunitas yang akan diteliti oleh penulis yaitu komunitas Hijabie,Yogyakarta yang telah melahirkan generasi model muslimah yang berakhlak serta mencetuskan para pencinta *fashion* yang mahir dalam berkarya tanpa melupakan syi'ar dakwahnya melalui *fashion* kita berdakwah pada syariat.

Peneliti menggunakan studi pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode wawancara serta observasi dalam memperoleh data di lapangan. Disajikan dalam bentuk deskripsi dari hasil wawancara, menggunakan analisis persepsi. Peneliti mengurai setiap hasil wawancara yang sudah di *coding* kan Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk meneliti pada foto fashion dan perlu dikaji lebih jauh tentang bagaimana sekelompok komunitas (Hijabie Community) mempersepsi glamor dan elegan pada majalah?

Hasil dalam penelitian ini: Glamor, sesuatu yang berlebihan, ramai, aneh, mecolok hanya cocok untuk acara-acara tertentu seperti kondangan, pesta tetapi glamor bisa saja menjadi elegan saat makeup yang dikenakannya terkesan biasa saja. glamor juga fashion dengan banyak aksesoris, pernak-pernik, manik-manik, payet-payet, terdapat bling-bling pada pakiannya dan berat. Sedangan Elegan, sesuatu yang terkesan kalem dengan warna-warna pakaian yang *soft*/lembut, sedikit detail walau ada tidak berupa manik-manik. dan terlihat lebih percaya diri untuk tampil depan umum serta terlihat lebih cocok untuk casual dan harian. Elegan bisa jadi berubah ke glamor saat dipadukan dengan makeupnya yang memukau simpel, sederhana. Elegan ialah ketika seseorang punya segala sesuatunya untuk dipamerkan tapi lebih memilih untuk tidak ditunjukan apa-apa yang ia punya. Jadi, elegan dan glamor sesuatu yang sederhana, mewah, memukau pada tempat dan kebutuhannya.

Kata Kunci :Fashion, Fashion Photography, Majalah, Elegance, Glamour, Hijabie Community.

ABSTRACT

Vina Zahratul Hayat, 14321072. Glamour and Elegant Meaningfor Fashion Lover "Analysis of Hijabie community members' perception of fashion photo in magazine". Mini Thesis, Yogyakarta: Communication Studies Program, Faculty of Psychology, Social and Cultural Sciences, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. 2018.

This research emerged from the existence of photography, especially in the fashion world that can not be separated. Fashion, makeup and photography are a unity that is always in tandem and mutual need each other. Fashion photography, photos that concentrate on photographing and displaying various fashion clothing and other fashion knickknacks, which are related to lifestyle. For the manufacture of fashion photos requires people who are experts in the field, such as photographer and professional model and other fashion lovers either buyers, fashion lovers, bloggers and fashion vlogger. The community that will be examined by researcher is the Hijabie communityYogyakarta, which has created a model of Muslim women who have atittude and sparked fashion lovers, who are proficient in working without forgetting their syiar dakwah that is through fashion we preach on the Shari'a.

This research is a qualitative descriptive study. The data presented in the form of description of the interview results using perceptual analysis model. The purpose of this study is to find out how a group of fashion lovers especially women in interpreting glamorous and elegant fashion photos on magazines. Researcher parse each interview result that has been in the coding, either any opinion or sentence from the explanation of the source, then categorize the results of interviews and record data that are considered important. The researcher is interested to do research on fashion photography and need to be studied further about how a group of the Hijabie Community interpret glamorous and elegant magazine?

The results of this research : Glamourous, an excessive thing, compact, peculiar, pierce, and only used on certain events such as, invitation party and feast. But the glamour become different into elegance when the makeup seems natural and flawless. Glamour into fashion called by a mode has much of knickknacks, beads, bling-bling on it and heavy material. While elegant, something that looks calm, soft, with a little detail beads, looks more confident to appear in public, and looks more suitable for casual and daily wear. Elegance can changed in to glamour when combined with simple makeup. Elegance is when someone has everything to show off but prefers not to show what she has. So, Elegant and glamorous are something simple, luxurious, stunning in it's place and as needed.

Keywords: Elegance, Fashion, Fashion Photography, Glamor, Hijabie Community,Magaz

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini publikasi mode merupakan salah satu bagian dari foto fashion. Begitu juga dengan fotografinya, yang telah menjadi sarana media publikasi dan cukup berperan di berbagai bidang. Seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi, eksistensi fotografi dalam dunia fashion tidak dapat dipisahkan. Sebab *fashion, makeup* dan fotografi merupakan satu kesatuan yang selalu beriringan. Karena semua hal tersebut, saling berkaitan dan dibutuhkan.

Foto fashion adalah aliran foto yang berkonsentrasikan pada memotret, guna menampilkan berbagai mode pakaian dan barang-barang *fashion* yang terkait dengan pola hidup / life – style, yang sedang berjalan pada masa tersebut. Biasanya untuk diterbitkan dalam majalah fashion, industri periklanan atau beredar dikalangan *designer* saja. (Ridha Kusuma Brata "Fotografi Fashion & Beauty – Shot" www.rkusumabrata.com/post/fotografi-fashion-beautyshot. 15 Juli 2015 17:55PM. Diakses 10 September 2018).

Foto fashion juga, merupakan jenis fotografi yang bertujuan untuk melakukan dokumentasi dan publikasi pada sebuah produk busana, beserta jenis-jenis fashion lainnya dan termasuk yang berpengaruh, serta berperan penting dalam *fashion* global. Sebab foto fashion telah dijadikan salah satu alat penjualan dan promosi yang utama untuk produk-produk *fashion*. Terkhusus, busana berserta aksesoris pelengkapnya (dalam Andanari, Skripsi, 2014 : 175).

Hal ini berkaitan dengan kemudahan *buyer* dan para penikmat *mode*, untuk mendapatkan visualisasi produk – produk *fashion* yang hendak dibeli. Bagi para penikmat *fashion*, bisa jadi mereka senang karena dengan mudahnya mendapatkan informasi – informasi mendetail tentang *fashion* yang diminatinya. Secara jelas tanpa harus melihat wujud aslinya. Selain itu, foto fashion yang dikemas dengan baik juga dapat meningkatkan nilai estetis, maupun nilai jual dari sebuah produk. Sehingga mampu untuk masuk kedalam sasaran pasar yang diharapkan.

Mayoritas dunia industri mode/*fashion* selalu membutuhkan jasa *photography* khususnya foto fashion, keduanya merupakan kedua bidang yang berbeda. Namun, *fashion mode* dan *photography* menjadi dua bidang yang bisa saling berkaitan oleh karena kebutuhan masing-masing atau keduanya saling membutuhkan. Contohnya, promosi

produk fashion mode suatu brand yang didalamnya dicampur tangani oleh jasa *photo* produk. Maka, inilah alasan bahwa dua bidang tersebut saling membutuhkan dan berkaitan dalam project tertentu, dan perlu diketahui bahwa kian kemari promosi *fashion* dengan jasa *photography* semakin bersaing dan semakin kreatif akan tampilan karyanya. Di dunia karir seorang *fashion designer*, promosi merupakan suatu proses yang diperlukan untuk menunjang kesuksesan mereka dan berlomba – lomba dalam berkarir. Dari itulah, pentingnya foto fashion untuk menunjang karya para desainer.(dalam Angkawijaya, Soehardjo dkk, Jurnal, 2014 : 203 https://anzdoc.com/fashion-fotografi-sebagai-promosi-fashion-designer-natalia-k.html diakses 10 September 2018).

Orang-orang yang bergelut dalam dunia foto fashion harus selalu memikirkan ide-ide baru dalam konsep foto *fashion*-nya, sebab produk yang dipotret haruslah disesuaikan dengan material produk serta target sasarannya. Sebab sebuah foto yang dikemas dalam konsep foto fashion, bersifat eksklusif, kemudian menciptakan suatu *brand image* yang luar biasa dari hanya sekedar produk tanpa fotografi. *Photographer* itu sendiri dituntut memikirkan, bagaimana cara menyampaikan pesan tentang produk yang di fotonya, agar menarik untuk para pencinta *fashion* mancanegara dan global, yang mana pesan dibalik gambar visual tersebut, tersampaikan sesuai dengan karakternya. Baik itu elegan, sederhana, ceria, glamor atau yang lain sebagainya.

Glamor serta elegan,ialah serba serbi yang *match* dan cocok untuk di*mix* sesuai dengan tampilan. Dengan kata lain, mewah dan indah untuk dilihat. Tetapi kata glamor selalu dan hampir sering bertabrakan dengan makna elegan, menurut pemahaman standar masyarakat pada umumnya dalam Bahasa Indonesia elegan berartikan; rapi, elok, lemah gemulai, anggun, atau luwes (dalam https://kbbi.web.id/elegan diakses 20 Desember 2017). Tetapi jika menelaah pada sikap ialah bermakna ke-elegan-an yaitu keadaan elegan; keluwesan lalu bagaimana dengan glamor dan ke elegan an dalam pandangan fotografi.

Dalam foto fashion membutuhkan orang-orang yang ahli dalam bidangnya. Memaknai sebuah makna kata tidak semudah memaknai segi pandang terhadap sesuatu maka dibutuhkan *photographer* yang berprofesi khusus untuk foto fashion, membutuhkan para pencinta *fashion* baik itu *buyer*, penikmat seni foto, *fashion blogger*, *beauty vlogger* dan lain sebagainya (dalam Burhanuddin, 2014 : 1). Sehingga suatu tampilan foto yang diharapkan akan mampu memikat setiap mata yang melihatnya, dengan informasi-informasi yang dimuat oleh para pencinta f*ashion*. Seperti halnya *fashionzine* (*fashion magazine*) terkini yang akan diteliti oleh penulis.

Majalah yang berisikan tentang *fashion* mode busana wanita, bermacam-macam produk *brand* ternama dan kesenian khususnya dunia *fashion* dan *life style.* disertakan dalam konten majalah foto fashion mulai dari produk *brand* lokal nasional dan internasional brand ternama kelas dunia serta populer. Setiap edisinya selalu menyajikan rubrikasi seperti : *Fashion, Beauty and Health, Art and Culture, Design,Foods and Travel,* dan juga *Wedding.* Yang mana di dalam rubrik tersebut dijabarkan lagi didalamya seperti; sub rubrikasi yang disajikan dari *Fashion* ialah*; Style scout, Runway report, Accesories Trend, Fashion Tips* dan lain sebagainya (Rubriksitas Dewi Magazine" http://www.dewimagazine.com, diakses 20 Desember 2017).

Objek penelitian ini berfokus pada satu komunitas, yang cukup marak diperbincangankan oleh banyak kalangan. Khususnya dikalangan anak muda dengan kategori perempuan. Yaitu, Hijabie Community Yogyakarta (HCY). Resmi berdiri ditahun 2014, kemudian berkembang pesat dengan kegiatan-kegiatannya dan dianggap komunitas yang berdiri sebagai sarana mengembangkan potensi diri sesuai bidang skillnya. Terkhusus segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan kaum hawa, seperti; tata rias, modeling atau peraga busana, *public speaking*, desain busana, enterpreuner, dan lain sebagainya. Oleh karena adanya divisi-divisi dan kegiatan aktif untuk disetiap minggu dan bulannya, maka penulis memilih untuk menjadikan komunitas HCY ini, sebagai narasumber yang akan membantu penulis memecahkan masalah dalam penelitian ini.

Alasan mengambil objek melalui majalah – majalah tersebut, oleh karena selain majalah sebagai sarana publikasi mode, didalamnya pun terdapat gambar visual (foto *fashion*). Yang disajikan dengan gambaran yang cukup menarik jika dimasukan dalam kategori glamor dan elegan sebab bagi penulis konsep glamor dan elegan dalam foto tidak hanya sekedar menyampaikan *fashion*-nya saja. Melainkan, bagian pelengkapnya yang dipertimbangkan sebelum eksekusi pada sesi pemotretan. Baik, dari segi *makeup*, aksesoris, pencahayaan dalam foto dan lain sebagainya. Yang termasuk bagian dari foto *fashion* itu sendiri, maka penulis terpacu untuk melakukan riset atau penelitian pada FP dan perlu dikaji lebih jauh tentang bagaimana orang lain memaknai, menilai, atau bahkan melihat dari sudut pandang pribadi tentang glamor dan elegan dalam majalah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka penulis merumuskan masalahnya dalam bentuk pertanyaan yaitu:

“Bagaimana komunitas Hijabie mempersepsi konsep glamor dan elegan pada foto *fashion* dalam majalah Dewi dan Harper’s Bazaar?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitan ini, ialah untuk mengetahui serta memahami persepsi glamor dan elegan dibalik gambar foto *fashion* dalam majalah, sesuai dengan persepsi orang lain.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pemikiran terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang fotografi, terkhusus bagi mahasiswa program studi ilmu komunikasi yang akan mengkaji tentang seni foto dalam fotografi. Selain itu, penelitian ini diharapkan berguna sebagai tambahan pengetahuan bagi penggelut dunia seni fotografi dibidang foto fashion. Serta bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang akan membahas tentang makna dibalik sebuah gambar karya dalam foto fashion maupun gambar visual lainnya.

b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau bahan perbandingan bagi penelitian lain yang melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Secara praktis, penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan informasi yang cukup mengenai persepsi konsep glamor dan elegan dalam visual fotografi kategori fashion. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran masyarakat terkhusus mereka yang senang dan menggeluti dunia fotografi. Serta dapat menjadi masukan bagi tim kreatif dalam karya fotografi fashion atau praktisi media indonesia umumnya. Agar dapat melahirkan karya-karya seni foto yang berkualitas, memiliki nilai dan pendidikan yang baik sehingga karya yang dihasilkan dapat bermanfaat bagi banyak orang sesuai dengan kepentingan dan kebutuhannya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memberikan manfaat untuk mengetahui letak dan posisi penelitian yang sedang dilakukan, serta mencari perbedaan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian lainnya. Guna mampu mempertegas bahwa penelitian yang sedang dilakukan belum pernah diteliti. Sehingga keasliannya dapat

terdeteksi dan teruji. Dasar pertimbangannya adalah bahwa objek kultural dapat diteliti lebih dari satu atau dua kali baik dengan cara yang berbeda-beda dengan orang yang sama maupun yang lainnya. Penulis akan menyajikan beberapa penelitian dengan pendekatan persepsi dan pendekatan lainnya sebagai bandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Penelitian pertama, Penelitian yang berjudul "***Busana Tari Bali Dalam Fashion Photography***" dilakukan oleh I Gede Artha Sedana, mahasiswa Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Yogyakarta Tahun 2015. Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana menciptakan karya Fashion Photography dengan objek busana tari Bali serta menampilkan kesan dramatik, menarik dan mewah dalam busana tari Bali ke dalam bentuk foto fashion dengan memaksimalkan teknik fotografi yang digunakan untuk memunculkan detail, motif dan keistimewaan dari busana tari Bali melalui foto fashion.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menciptakan karya foto fashion dengan objek busana tari Bali, menciptakan kesan dramatis, menarik, dan mewah dalam busana tari Bali dalam bentuk foto fashion, menampilkan motif dan keistimewaan dari busana tari Bali dengan memaksimalkan teknik fotografi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif – kualitatif menggunakan metode studi pustaka, metode wawancara dengan sajian data dalam bentuk eksperimen agar mendapatkan hasil yang diinginkan, peneliti melakukan percobaan dalam proses pemotretan dari berbagai segi baik dari pencahayaan, tata rias busana dan juga pose sang model (Sedana, Skripsi, 2015 : 24 - 178). Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama – sama menganalisis tentang foto fashion. Perbedaanya terletak pada objek penelitian dan metode yang digunakan, penulis menganalisis fashion photography dalam majalah fashion koleksiana dalam majalah Dewi 2017 dan Harper's Bazaar 2017 dengan tujuan mencari makna Glamour dan elegance dibalik sebuah gambar fashion sedangkan penelitian tersebut bertujuan untuk menciptkan karya fashion photography dengan objek busana tari Bali.

Penelitian Kedua, Penelitian yang berjudul ***" Kontruksi Sensualitas Model Perempuan Pada Komunitas "Bukan Fotografer"***, dilakukan Oleh Moch Harits Pribadi (070915110) –BC. Menjelaskan tentang kontruksi sensualitas model perempuan yakni mempergunakan model perempuan guna menggambarkan kesensualitas yang ditunjukan dengan menonjolkan tubuh dari model perempuan yang ada pada komunitas "**Bukan Fotografer".** Dengan alasan bahwa model perempuan merupakan sosok yang sangat sering untuk dijadikan objek para pemotret, maka hasil foto-foto dari komunitas "**Bukan Fotografer"** ini berperan jua dalam sarana pembentukan image/penggambaran seorang

perempuan terkhusus model yang dijadikan objek bidikan kamera. Foto sendiri merupakan media yang dapat menkontruksi tubuh perempuan menjadi simbol, tanda dan lambang. Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metodologi kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Dimana peneliti tersebut melakukan indepth interview yaitu teknik wawancara yang cukup detail dan mendalam dengan pendekatan lebih intim kepada beberapa fotografer sebagai sampel penelitiannya yang berperan sebagai konseptor dan melakukan pemotretan di komunitas **" Bukan Fotografer".**

Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa peneliti memperoleh hasil bahwa setiap fotograper memiliki cara tersendiri dengan keunikannya masing -masing dalam mengkonsep sebuah foto. Hal itu dikarenakan pandangan masing – masing fotograper terhadap konsep sensualitas bermacam – macam dan beragam. Sudut pandang yang berbeda dan wawasan yang meluas tersebutlah yang mempengaruhi baik konsep foto maupun angle sudut yang diambil oleh fotografer. (dalam Haritts, Skripsi Sarjana, 2013: 22 – 83). Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menganalisis tentang fotografi, model dalam foto. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, penulis menganalisis tentang makna glamour dan elegance fashion photography dalam majalah fashion photography koleksiana dari majalah Dewi 2017, Harper's Bazaar dan komunitas Hijabie Yogyakarta sedangkan penelitian tersebut menggambarkan konstruksi sensuaitas model perempuan dalam foto dengan menggunakan metode wawancara sedangkan penulis menggunakan model analisis persepsi.

Penelitian ketiga, penelitian yang berjudul " ***Komunikasi Visual Perempuan Karir Dalam Foto Fashion (Studi Deskriptif Kualitatif Karya Foto Komunitas Fotografi Fun Hunting Yogyakarta)***" yang dilakukan oleh Novian Nugroho W – 11730060 mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pesan, tanda makna foto fashion dalam komunitas Komunitas Fotografi Fun Foto Hunting Yogyakarta serta bagaimana komunikasi visual perempuan karir dalam foto fashion yang dihasilkan fotografer. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa foto fashion bukan sebagai menunjukan salah satu produk yang dikenakan model perempuan dalam foto fashion, akan tetapi mengangkat citra serta cara berpakaian atau fashion yang dikenakan perempuan akan menciptakan perempuan karir dalam cara berpakaian atau fashion serta sesuai terhadap pekerjaan yang ditekuni. Melalui analisis yang telah membedah beberapa tanda yang ada pada foto fashion, ada beberapa fakta yang ditemukan oleh peneliti : adanya cara berpakian atau

fashion yang dikenakan memiliki pengertian atau makna menunjukan pekerjaan dari setiap masing – masing individu. Penggunaan fashion yang terlihat nampak glamor, casual maupun resmi juga menandakan dari karakter pemakai dalam berpakaian atau fashion. (dalam Nugroho W, Skripsi 2015: 17). Persamaannya dengan penelitian penulis adalah sama – sama menganalisis foto fashion dalam hasil karya. Perbedaanya terletak pada objek penelitian dan metode yang digunakan. Penulis menggunakan metode wawancara.

Penelitian Keempat, penelitian yang ditulis oleh Rahmadya Putra Nugraha berjudul ***"FASHION SEBAGAI PENCITRAAN DIRI DAN IDENTITAS BUDAYA"***. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fashion mengkonstruksikan nilai-nilai budaya dan bagaimana fashion mengidentifikasikan budaya yang dianut melalui bagaimana cara mereka menggunakan fashion sebagai sebuah identitas. Rahma

> "*Menyatakan bahwa Pakaian bisa menunjukkan siapa pemakainya. Dalam kata-kata tersohor dari Umberto Eco, "I speak through my cloth". (Aku berbicara lewat pakaianku). Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang busana kita."* (dalam Nugroho W, Skripsi 2015: 17).

Jika kita bukanlah manusia yang bergolongan pada fashion antusiast atau bukan orang yang peduli akan busana, penampilan, dan apa yang kita kenakan mulai dari kaki hingga kepala maka orang lain yang bersua, berinteraksi, berjumpa dengan kita akan tetap menafsirkan diri kita melalui penampilan yang kita tampilkan pada publik. Seakan kita dan setiap individu yang hidup memang sengaja membuat suatu pesan dan kesan yang kita sematkan di balik tampilan kita yang mana pesan ini bagian dari pesan yang disampaikan tidak secara langsung tapi diwakilkan dengan visual yakni pesan nonverbal. Mereka bisa dengan mudah menilai dan menangkap pesan dibalik pakaian yang kita kenakan. Statement atau pernyataan inilah yang membawa kita pada fungsi komunikasi dari pakaian yang kita kenakan dalam kehidupan kita sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal, baik semi formal ataupun casual harian. Beberapa fungsi komunikasi dari sebuah wujud busana dibeberkan sebagai berikut:

Pertama, Komunikasi non verbal yang disorotkan lebih pada penampilan pada fisik/ keelokan tubuh, busana, tata rias wajah, serta penataan – penataan lainnya. Dan keseluruhan ini disebut sebagai komunikasi artifaktual yakni komunikasi yang berlangsung tidak lagi menggunakan kata – kata yang disampaikan dengan rangkaian kalimat melainkan menggunakan kode visual penampilan menarik, dekorasi interior dan tata letak

furniture dan lain sebagainya. Disisi lain, fashion atau pakaian itu sendiri tanpa kita sadari merupakan seperangkat alat komunikasi yang mampu menyampaikan pesan-pesan nonverbal, dan termasuk dalam komunikasi nonverba[l.] (dalam Rahmadya, *Jurnal,* 6 : 1 ISSN 1412-3037, Januari 2016. Hlm. 98 – 100). *Kedua,*fungsi pakaian yang kita kenakan bisa memberikan fungsi diantaranya, menonjolkan bentuk komunikasi, disisi lainnya pakaian pun mampu mewakilkan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal kepada orang yang melihatnya.Dalam kontek lainnya busana mampu menjaga dan dapat melindungi tubuh dari cuaca buruk dan tidak sehat serta melindungi dari cedera saat berolahraga dalam jenis olah raga tertentu sebab segala sesuatunya haruslah *safety*/aman. Busana berfungsi pula sebagai kain menutup aurat atau guna menyembunyikan bagian – bagian tertentu dari bagian tubuh oleh karenanyalah busana mempunyai fungsi untuk menunjang kesopanan dan berbagai hal lainnya. Kesopanan dalam berpakaian inilah bagian dari *modesty function.*(dalam Dunlop, *The Jurnal* (Vol. 1:1, TT) Hal 64-78, DOI: 10.1080/00221309,1982.9923412).

Penelitian ke-lima, penelitian ini berjudul ***Analisis Foto Jurnalistik Majalah Travel Xpose (studi analisis semiotika mengenai foto wisata Indonesia dalam rubric domestic majalah travel Xpose"*** yang dilakukan oleh Dawam Syukron mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang 2013. Penelitian tersebut bertuuan untuk mengetahui makna denotativedan konotatif yang terkandung dalam foto jurnalistik tentang promosi pariwisata Indonesia dimajlaah Travel Xpose, serta untuk mengetahui mitos dan ideology yang terkandung dalam foto jurnalistik tentang promosi pariwisata Indonesia dimajlah Travel Xpose. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa makna denotasi dapat dilihat dari gambar objek secara langsung atau yang terdapat pada foto, makna konotasinya terihat dari proses pengambilan sebuah foto, mulai dari teknik foto, lighting, cropping, sampai teknik yang menimbulkan makna pesan dalam foto itu. Pada mitos dari data - data yang tersembunyi sebenarnya sulit ditemukan, tetapi pada foto wisata Indonesia pada majalah Travel Xpose, yang terjadi pada gesture, ekspresi wajah, dan arsitektur (Dawam, Skripsi. 2013:18). Adapun perbedaanya terletak pada objek foto jurnalistik sedangkan penulis meneliti foto *fashion*.

E. Landasan Teori

1. Fotografi Sebagai Sarana Publikasi Mode

Seni fotografi semakin berkembang terkhususnya dari peralatan fotografi itu sendiri yang kian kemari semakin canggih dan modern. Bahasa dari fotografi itu sendiri dari bahasa Inggris. Dimana dalam photography, Kata " *photography"* (fotografi) berasal dari Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu "*photo*" yang artinya sinar serta "*graphos*" yang diartikan menggambar.

> "Jadi, *photography dapat diartikan menggambar dengan cahaya. Jika kita ibaratkan fotografi dengan melukis, dalam fotografi kita menggunakan kamera dan lensa sebagai alat lukisnya (brush/kuas), film dan sensor digital sebagai kanvas/ kertas dan cahaya sebagai catnya. Penyebutan istilah fotografi dan penemu asal perancis ini pada 1834 menulis dalam buku hariannya kata "photographie" untuk menggambarkan proses tersebut. Namun yang membuat kata"photography" dikenal dunia itu, setelah sir John Herchel memberikan kuliah di Royal Society of London pada 14 Maret 1839."* (Burhanuddin,Yogyakarta,2014:1).

Pada dasarnya cahaya sangat penting di dalam fotografi dan cahya juga merupakan elemen pokok yang harus ada, baik berupa cahaya alami ataupun cahaya buatan. Selain itu juga kita harus menguasai tiga fundamental yaitu rasa, emosi, dan refrensi. Sebab seorang tukang foto akan kesulitan ketika dia tidak cukup banyak memilki konsep yang kuat dan bagus, walaupun mempunyai peralatan yang mahal sekalipun. Maka untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut terhadap media yang peka pada cahaya. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya yang sempurna dan maksimal (dalam W.Nugroho, Skripsi 2015:17).

Fotografi itu sendiri merupakan karya seni. Dalam hal ini, tampak adanya persamaan antara fotografi dan seni lukis, perbedaanya terletak pada media yang digunakan oleh kedua teknik tersebut. *"Seni lukis menggunakan kuas, cat, dan kanvas. Sedangkan, fotografi menggunakan kamera dan bantuan cahaya yang bertujuan sama-sama untuk menghasilkan karya."* (Giwanda,2001:2)

Fotografi terbagi menjadi beberapa jenis salah satunya ialah fashion photography, fotografi fashion dilakukan untuk memperlihatkan pakaian dan aksesoris fashion lainnya untuk kegiatan promosi (dalam Irawan, 2012:14-34 http://digilib.mercubuana.ac.id . Diakses. 28 Agustus 2018).

Fotografi mempunyai aspek teknologi dan juga estetika. Sebagai teknologi, fotografi pada mulanya dibuat sebagai alat rekam. Dalam rangkaian yang berbentuk kamera, yang bisa disebut sebagai perlengkapan yang digunakan untuk merekam gambar yaitu perangkat keras (*hardware)* teknologi fotografi. Sedangkan keilmuan, wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana cara penggunaanya untuk menghasilkan gambar visual adalah aspek perangkat lunak (*software).* Seni itu tidak dapat dinilai dari aspek teknis atau komersialnya saja maka untuk gambar yang memukau membutuhkan kelihaiaan untuk menguasainya, bisa dalam segi seni, trik dan tips menguasai fotografi atau bahkan mengatur objek dan komposisi sesuai yang diinginkan.

Komposisi adalah susunan objek foto secara keseluruhan pada bidang gambar agar objek menjadi pusat perhatian (POI = *Point Of Interest*).dengan cara mengatur komposisi pada foto kita juga mampu dan akan membangun *"mood"* suatu foto dan keseimbangan keseluruhan objek. Maka dari itu sangat amat diperlukan upaya untuk melatih kepekaan agar kita dapat memotret dengan komposisi yang baik walaupun itu dalam *fashion photography* sekalipun. Ada beberapa cara yang dapat dipakai untuk menghasilkan karya berkomposisi yang baik, diantaranya: *pertama,* **Sepertiga Bagian (Rule of Thirds)**, adalah teknik kamera dimana kita mencampurkan objek pada segitiga bagian bidang foto. Hal ini sangat berbeda dengan yang umum lakukan, di mana kita selalu menempatkan objek di tengah tengah bidang foto.*Kedua*, **Sudut Pemotretan (*Angle of View*),**lokasi dimana fotographer menentukan tempat ia berpijak yang sudah disesuaikan dengan tata letak objek yang akan dipotret sebab unsur ini sangat ditentukan dengan tujuan fotographer memotretnya.*ketiga*, **Komposisi pola garis Diagonal, Horizontal, Vertikal, Curve,** untuk menyeimbangkan sebuah objek agar terlihat tidak kaku dan kurang dinamis maka dibutuhkannya elemen – elemen yang membentuk pola seperti diagonal, horizontal, vertical dan juga curva. Guna memperkuat objek foto yang dibidik, khususnya pada bidang foto nature tetapi unsur ini, berguna untuk semua jenis bidang foto apapun objeknya.*keempat,***Background (BG) dan Foreground (FG),** sebuah objek foto bisa dikatakan dengan foto ideal bilamana objek tersebut didukung oleh latar belakang / latar depan yang terkesan menarik, biasanya fotographer atau tim kreatifnya menata barang – barang disekeliling objek dengan harapan mampu memperindah hasilnya sehingga bias mengalihkan pandangan mata hanya terfokus pada objek. (dalam Thomas, *Majalah* 2006 : 73 http://www.hinamagazine.com/index.php/2006/11/02/dasar-dasar-fotografi/teknik-fotografi/.Diakses 21 November 2017).

2. Majalah Sebagai Media Komunikasi Visual

Majalah merupakan salah satu bentuk media massa dalam bentuk cetakan selain surat kabar. Sedangkan media cetak diasumsikan sebagai media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media cetak terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna dan halaman hitam putih. (dalam Kasali,1994 : 99).

Jurnalisme majalah ialah salah satu dari banyaknya kegiatan jurnalistik yang berkaitan dengan gaya teks berformat majalah,dengan karakteristik isi yang bersifat permanen, personal, memorial,memiliki kekuatan visual, serta mengoleksi peristiwa atau kejadian-kejadian yang cukup penting meski hanya untuk beberapa kalangan. Dengan adanya format dalam majalah menjadikan proses dan produk jurnalismenya mempunyai nilai kaidah dan mekanisme reportase yang mendalam, waktu liputan dan masa terbit yang cukup panjang, dengan gaya penulisan yang khas terstruktur nan tepat dan juga reflektif. (dalam Sentana , 2017 :191).

Tampak jelas adanya hubungan yang tidak dapat dipisahkan antara pers dengan jurnalistik. Yakni:

> *"Persadalah lembaga atau badan atau organisasi yang menyebarluaskan berita sebagai karya jurnalistik dapat diibaratkan sebagai raga dan jiwa. Pers adalah aspek raga, karna ia berwujud, konkret, nyata; oleh karena itu ia dapat diberi nama, sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena ia abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek pers."* (dalam Unchana, 2003:90)

Namun majalah juga didefinisikan sebagai suatu lembaga atau organisasi yang termasuk dalam media cetak, yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik dengan memanfaatkan *rubric* yang ada didalamnya berupa lembaran, karangan, serta iklan yang disebar luaskan secara umum sesuai dengan kepentingan bersama atau kebutuhan pasar.Sebuah majalah, dengan tulisan yang berisikan artikel dalam bentuk buku serta memiliki fungsi sebagai bacaan kemudian dipublikasikan atau diterbitkan secara berkala yang didalamnya subjek bervariasi seperti: informasi, cerita, tips, fashion, hobi, makanan, wisata, kuliner, mitos, lagenda dan lain sebagainya. Maka dari itu, majalah harus memiliki kunci untuk memberikan jawaban kepada rasa ingin tahu pembacanya. Majalah – majalah juga diciptakan untuk membawa pesan berita actual secara tepat, maka butuh dipersiapkan dalam waktu yang sangat sigkat dan berkala, namun isinya harus cukup banyak, bervariasi dan penyajiannya harus menarik secara topik terpopuler yangditujukan pada masyarakat

umum. Dan biasanya diterbitkan mingguan,dwi mingguan, atau bulanan. (dalam Uchana 2003:16-17).

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI),

> "*Majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi liputan jurnalistik. Pandangan tentang topic actual yang patut diketahui pembaca. Dan menurut waktu penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan dan sebagainya. Dan menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olah raga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu dan sebagainya.*" (dalam Andanari, Skripsi, 2014 : 63) http://repository.upi.edu/13377/ Diakses 10 September 2018).

Menurut data yang disajikan secara publik,ada beberapa majalah fashion terbaik dunia diantaranya:

> "*Pertama, Allure magazine. Majalah yang disebut sebagai ahli dalam topik kecantikan. Setiap edisinya sempurna dengan tips-tips selebriti dan rahasia dari para ahlinya. Editor sering kali memilih produk baru favorit mereka kemudian membeberkan style apa yang cocok untuk anda. Kedua,Cosmopolitan magazine. Majalah wanita muda yang terlaris di dunia. Cosmopolitan terkenal dengan gayanya yang upbeat, fokus pada karis wanita muda dn ulasan tentang hubungan wanita dan pria (sex).telah mereport trend sosil modern sejak dibuat pada tahun 1886.Ketiga,Elle magazine. Majalah yang berisikan tentang berita fashion, kecantikan,dan entertainment yang dapat ditemukan dalam majalah elle. Dengan cerita selebritis secara fakta bukan gossip dan panduan untuk mendapatkan fashion terbaik serta style kecantikan yang cocok untuk anda, elle menampilkan gaya superstar dan anda bebas untuk mencari gaya mana yang cocok pada umur anda. Keempat, Esquire magazine. Majalah lifestyle pria yang dikemas dengan fashion politik dan editorial yang brillian. Kelima,Glamour magazine. Majalah yang memberikan para pembacanya gaya rambut terbaik dan tips kecantikan,fashion terkini, jawaban untuk masalah hubungan anda dengan pasangan. Dengan horoscope dan berita seputar kesehatan dan diet yang penting.*" (Sayhader, "Majalah Fashion dan Life Style," 22 Maret 2018. https://www.sayhadergi.com/5-majalah-fashion-dan-life-style-di-dunia/ Diakses 15 September 2018).

Majalah *fashion* tidak bisa dikatakan sebagai sumber informasi dan inspirasi semata. Bagi yang menyukainya, majalah *fashion* bagaikan sebuah hal yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari – hari. Namun tak bisa dipungkiri juga bahwa siapa yang ditaruh di halaman sampul mempengaruhi siklus penjualan majalah itu sendiri. Maka dari itu tidak mengherankan apabila para selebriti ataupun model yang dipilih untuk tampil di halaman depan adalah mereka yang memang sedang naik daun atau sedang ada pemberitaan khusus. Seperti halnya Caitlyn Jenner, yang kala itu memutuskan untuk menjadi perempuan, pertama kali menunjukan siapa dirinya yang sesungguhnya melalui

majalah Vanity Fair.Dan hasilnya, majalah yang diterbitkan Juni 2015 menjadi majalah dengan penjualan terlaris sejak 5 tahun terakhir. (Jesicca Esther, "Sampul Terbaik Versi Fimela" https://m.fimela.com/fashion-terbaik-style/inilah-10-sampul-majalah-fashion-terbaik-di-tahun-2015-versi-fimelacom-151222d. html 23 Desember 2015. Diakses 29 Oktober 2017)

Tak jauh dari mata dunia, bahwa di Indonesia pun majalah tetap menjadi andalan banyak orang terkhusus wanita. Oleh karena bagi sebagian wanita mencari referensi dan berita terkini dan *up to date* tentang sesuatu yang disukainya terlebih tentang *fashion*. Dengan menkomsumsi/membeli majalah sesuai dengan yang digemarinya.Jangan dikira bahwa menkomsumsi majalah, merupakan hal yang ketinggalan jaman meski majalah merupakan salah satu dari sebuah media massa tetapi media ini pun tetap ikut menyesuaikan dengan seiring berkembangnya jaman dan teknologi. Maka majalah yang dulunya hanya mungkin ditemukan dalam bentuk media cetak, kini hadir dan terkarya dalam bentuk digitalnya.

Majalah-majalah wanita yang melebarkan sayap dari media cetak ke dalam bentuk majalah digital terkhususnya majalah-majalah wanita populer/favorit dikalangannya, diantaranya: pada artikel Jesicca. Esther, "10 sampul majalah fashion terbaik" Ibid.https://m,fimela.com/fashion-terbaik-style/sampul-majalah-fashion-digital. 23 desember 2015, (Diakses 29 Oktober 2017) memaparkan *Nova*, Majalah yangberisikan tentang beberapa berita selebritas Indonesia seperti informasi kisah hubungan pasangan suami istri. Selain menyimak kabar terbaru dari selebritas Indonesia, jangan sampai lupa beres- beres rumah. Urusan dirumah ada pada tangan perempuan maka biar semua tetap berjalan simak tipsnya rumah beres karir pun tetap oke, hingga serba serbi kuliner yang diulas lengkap sesuai dengan edisinya. *Gogirl!*,Majalah ini dengan sengaja membahas tentang *side effect* dari sisi teknologi, terutama *social media*, terhadap kehidupan kita.

Belajar dari sisi positif *social media* seperti: wadah *fulltime blogger* dan *influencer* yang bisa sharing cerita majalah Gogirl! Serta tips – tips kiat menggunakan *smartphone* semaksimal mungkin untuk jadi penyelamat harian anda. *Cosmopolitan*, Majalah ini berisikan tentang ulasan bagaimana kita harus bergaya dan bersikap diajang pergaulan di mata internasional. Khususnya era digital masakini, setiap kita adalah pemeran.Yang mana akan sampai ketika setiap orang sibuk, baik ketika berada di dalam sebuah acara atau pun sedang keliling mancanegara. Memang sudah kenyataanya, dunia menjadi lebih "kecil" dan kita dituntut menjadi bagian dari *citizen of the world*.

Nakita, majalah khusus wanita spesialnya wanita yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Majalah ini berisikan orientasi seksual dan faktor serta proses pola asuh orang tua, gen yang diturunkan darii orang tua kepada anak, bukan pornografi, bukan film dan televisi, bukan juga teman.menguraikan tentang kisah-kisah nyata seorang pendidik yang bertanggung jawab sampai dengan tips menjadi orang tua yang mengajarkan anaknya untuk menjauh dari sikap membenci dengan menyebarkan empati. Berskonsetrasikan mendampingi anak sepenuh hati.

Women's Obsession, Majalah yang satu ini berisikan tentang desain-desain terbaru, terkini setiap tahunnya. Yang telah terpilih sesuai trennya kemudian beberapa tips yang bisa menginspirasi para wanita untuk menjaga kecantikan serta kesehatan/kebugaran tubuhnya. *Solitaire Indonesia,* Majalah yang membahas tentang perhiasan elegan yang digemari para artis Hollywood seperti perhiasan yang terbuat dari chopard dan tergolong ethical gold. Kemudian untuk mencapai makna elegan, juga bisa dilihat pada koleksi *B.zero 1 Perfect mistake ring* dari Bulgari. Yang mana perhiasan ini terdiri dari emas kombinasi merah muda,kuning dan putih. Pada covernya majalah ini menampilkan sosok model yang mengenakan kalung atau perhiasan, yang dipadupadankan dengan gaun terbaik dalam *gaya Be Your Self. Be Elegant*!.

Nylon Indonesia, Majalah yang menginspirasi kaum hawa untuk beranggapan bahwa *beauty is whats inside* tanpa urusan dengan fisik. Yang mengulas tuntas tentang pembahasan mengenai *beauty* yang ikonik, *beauty hack* serta daftar *online beauty shop* yang terkini dan terus *up to date.Harper's Bazaar*,Majalah yng terkenal dengan apresiasi gaya beberapa wanita Asia dan Australia, *fashion* Indonesia yang modern, muda kemudian tentang makeup serta perwatan tubuh *Head to Toe.*

Maka, melalui majalah – majalah tersebut majah tidak hanya menyampaikan glamour dan elegan dalam foto saja. Melainkan, bagian pelengkapnya yang dipertimbangkan sebelum eksekusi pada sesi pemotretan dan juga kebuthan lainnya.Dan penulis terpacu untuk melakukan riset atau penelitian pada FP dan perlu dikaji lebih jauh tentang bagaimana orang lain memaknai, menilai, atau bahkan melihat dari sudut pandang pribadi masing-masing tentang *glamour* dan *elegance*foto *fashion* dalam majalah? Yang kemudian penulis mengambil beberapa sampel dari majalah-majalah tersebut sebagai objek serta alat bantu peneliti pada saat melakukan wawancara.

3. Persepsi Sebagai Dimensi Penglihatan Lain

Persepsi (*perception)* Persepsi (*perception)* itu, masuk pada bagian penting dalam ilmu psikologi sebab dengan adanya persepsilah manusia mampu melihat bahwa sebuah pengalaman dalam hidupnya merupakan satu hal yang fakta dan benar pada kenyataanya. (dalam Nasbahry Couto dan Alizamar, 2016:35). Terjadinya persepsi lebih kepada individual dan hamopir keseluruhan manusia pasti mengalaminya dan punya, khususnya pada suatu peristiwa,objek serta hubungan – hubungan yang didapat melalui panca indera yang dimilikinya dengan proses yaitu: proses pembuatan kesimpulan informasi yang telah ia dapat kemudian adanya penafsiran tentang pesan – pesan khusus terkait dengan pengalaman yang pernah dialaminya dan dengan cara otak manusia yang mengorganisir segala informasi lalu kemudian membawanya kepada konteks yang pada akhirnya terlahirlah interpretasi individual. (dalam Jalaludin Rakhmat, 2011 : 51).

Persepsi juga dapat timbul oleh karena adanya respon dari stimulus. Stimulus ialah suatu hal yang merangsang suatu aktivitas belajar, layaknya pikiran, perasaan dan hal lainnya yang mampu ditangkap melalui panca indera manusia. Stimulus yang sudah diterima tersebut akan melalui tahapan – tahapan yang cukup kompleks, mulai dari masuk ke dalam pemikiran, diartikan, ditafsirkan, lalu kemudian diberi makna sehingga mampu menghasilkan persepsi dan terolah menjadi sebuah respon yang menimbulkan sensasi untuk orang yang mengalami suatu hal, dan sensasi ini masuk pada bagian dari persepsi yang tidak akan terlepaskan (dalam Nasbahry Couto dan Alizamar, 2016:34). Tetapi, menafsirkan maknna informasi dari apa yang dilihat tidak mudah, sebab tidak hanya akan melibatkan persepsi, tetapi juga didalamnya ada atensi atau perhatian, motivasi yang bias didefiniskan sebagai alasan seseorang dalam bertindak lebih semangat dan terarah, ekspektasi atau suatu hal yang didalamnya ada satu harapan dalam bayangan yang menjadi kenyataan meski lebih sering pada ketidaksesuaian pada fakta realita, dan memori. (dalam Nasbahry Couto dan Alizamar, 2016:35).

Namun persepsi juga didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data – data sensoris melalui panca indra yang kita miliki. Persepsi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor perhatian, fungsional dan struktural. Perhatian, proses dimana kita merasakan penghargaan lebih dari orang lain yang mampu memberikan motivasi tersendiri dalam diri, dan tidak sedikit dari kita mengalami pengggerakan stimuli disaat diri merasa lemah dan kondisi tubuh menurun. Perhatian atau atensi bisa terjadi saat kita memfokuskankan diri pada salah satu indera yang kita miliki

saja, serta mengesampingkan dahulu apapun saran masukan yang dapat mempengaruhi perhatian kita yakni faktor internal dan juga faktor eksternal (dalam Nasbahry Couto dan Alizamar, 2016:52).

Faktor internal yaitu, yang mempengaruhi perhatian adalah faktor biologis seperti; rasa yang wajar pasti dialami oleh makhluk hidup terkhsus manusiasepertidahaga, lapar, capek, lesu, letih dan rasa lainnya; faktor sosial budaya seperti ; ras, agama, status sosial, jabatan/ pangkat dan lain sebagainya; faktor fisiologis seperti; tinggi, pendek, cacat tubuh dan lain sebagainya; dan faktor psikologis seperti; kemauan , keinginan,motivasi dan lain sebagainya. Semakin besar volume perbedaan pada aspek – aspek tersebut maka akan semakin besar juga perbedaan persepsi dari setiap masing – masing kepala/individu. Faktor lainnya adalah faktor eksternal yang didalamnya meliputi seluruh atribut objek yang dipersepsi seperti halnya ; intensitas, kebaruan dan perulangan objek yang dipersepsi. (Mulyana, 2010:197).

Faktor yang mempengaruhi perhatian selanjutnya adalah faktor fungsional (dalam Mulyana, 2010 :54). Faktor ini berasal dari kebutuhan – kebutuhan seluruh makhluk hidup contohnya : suasana hati nan riang yang menjadi bagian dari kegembiraan begitupun suasana – suasana hati lainnya, pengalaman lampau baik manis ataupun pahit dimasa lalu, dan juga hal lainnya yang termasuk apa – apa yang kita sebut sebagai faktor – faktor personal seperti :pengalaman, motivasi dan kepribadian. Makadari sinilah Krech dan Crutchfield merumuskan dalil pertamanya bahwa persepsi memiliki sifat yang selektif secara fungsional. Maksud dari statement ini ialah adanya beberapa objek yang dengan pasti mendapatkan tekanan dalam persepsi atau pandangan manusia biasanya adalah objek yang memenuhi kriteria tujuan individu dan berisfat personal yang lahir setelahnya sebuah persepsi (dalam Mulyana, 2010 : 54-55).

Dalil terakhir yakni peristiwa yang terjadi secara berdekatan baik secara ruang ataupun dari segi waktunya dan cenderung meneyerupai dari sisi keduanya, hal ini ditanggapi sebagai bagian dari struktur dengan asas yang sama. Jadi, kesamaan antara ruang dan waktu menjadikan stimuli ditanggapi sebagai struktur yang sejenis dengan ruang dan waktu sebab kecemnderungan untuk mengelompokkan stimuli berdasarkan kedekatannya merupakan hal yang universal. (Mulyana,2010 : Hal 56). Dan dalam komunikasi, dalil kesamaan dan kedekatan ini sering kali dipakai sang komunikator dalam meningkatkan kredibelitasnya semisal menggunakan dalil ke empat dalam praktik sehari –hari yakni menghubungkan dirinya atau mengakrabkan dirinya dengan orang – orang yang

mempunyai prestasi hebat dan tinggi maka terjadilah kesejajara posisi sama- sama dianggap orang yang hebat (dalam Mulyana, 2010 : 60).

4. Audience Sebagai Khalayak Pembaca Aktif

Istilah audience kerap kali didengar pada kajian ilmu komunikasi atau sering kali dibahas dalam media massa, dan tidak jarang diidentikan dengan istilah khalayak luas, istilah audience juga digunakan dalam praktik operasional media massa, yang biasanya untuk menggantikan "orang banyak" yaitu sasaran media. Baik televisi,radio, atau pun media cetak. Setiap jenis dari media massa memiliki target sasarannya yang berbeda, dengan istilah sasarannya masing – masing. (Dalam Rakhmat, 2009 : 201-225).

Hal ini disesuaikan dengan karakteristik masing-masing dari media massa tersebut. Contohnya media massa cetak menyebut *audience* dengan istilah pembaca, media televisi menyebut *audience* sebagai pemirsa atau disebut juga penonton, kemudian media massa radio menyebut *audience* dengan istilah pendengar.

Menurut Hiebert khalayak dalam komunikasi massa setidaknya memiliki Lima karakteristik sebagai berikut :

Pertama, khalayak lebih cenderung berisikan kumpulan orang – orang yang masing –masing dari mereka memiliki kesamaan dari segi pengalaman yang pada biasanya dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka yakni kemasyarakatan hidup bersosial. *Kedua*, khalayak dengan jumlah yang lebih besar. Besar disini diartikan sebagai masyarakat berkapasitas luas tersebar diberbagai wilayah yang terjangkau oleh sasaran komunikasi massa, namun sifatnya bias jadi relatif oleh karena adanya media baru tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan bahkan jutaan. *Ketiga,* khalayak pada umumnya cenderung heterogen atau bias disebut campuran dari berbagai unsur perbedaan sebab berasal dari berbagai macam level sosial dan oleh karenanya media pun memiliki sasaran khalayaknya masing – masing dengan tetap membiarkan adanya perbedaan didalamnya. *Keempat,* khalayak yang cenderung anonym, yaitu khalayak yang tidak saling mengenal. Kemudian, yang *kelima*, khalayak secara fisik dipisahkan dari komunikator dan terpisah juga oleh ruang serta waktunya.

Jika dikaji lagi, ada beberapa teori komunikasi fleur dan sandra Ball-Rokeach (1998). Dalam melihat efek interaksi *audience* dan bagaimana tindakan

audience terhadap isi media. yaitu ada tiga teori yang menjelaskan: pertama, *individual Differences Perspective*, kedua, *Social Categories Perspektive* danketiga, *Social Relation Perspective.* (Dalam Nurudin, 2013 : 107-108).

Individual Differences Perspective, menggambarkan lebih pada prilaku khalayak (Audience). Proses ini berlangsung sesuai dengan ide dasar dari *stimulus-response.* Disini tidak ada *audience* (khalayak) yang relatif sama sebab pengaruh media massa pada masing – masing individu itu berbeda - bedakemudian tergantung pada kondisi psikologi dari masing-masing serta pengalaman masa lalu khalayak tersebut.

*Social Categories Perspective,*tidak dapat dipungkiri bahwa setiap lingkungan dari berbagai aspek pastilah mengambil posisi bahwa ada perkumpulan sosial ditengah - tengah masyarakat yang didasarkan pada karateristik umum seperti pendapatan, umur, jenis kelamin, pendidikan, kesempatan dan seterusnya. Adanya perkumpulan sosial, memberi kecondongan*audience* mempunyai kesamaan norma sosial, sikap dan nilai. Sehingga reaksi yangditimbulkan akan sama nan serempak oleh karena adanya kesepakatan yang dihasilkan dari musyawarah bersama (kesepakatan bersama). Kategori ini bisa dikatakan bahwa setiap individu suatu kelompok akan mempunyai ketertarikan untuk merespons. Dan jika kedua perspektif dikombinasikan akan memproduksi pendekatan *who says what to whom with what effect* (siapa mengatakan apa kepada siapa dan efeknya bagaimana) seperti yang dikatan Harold D. Lasswell.

Sedangkan *Social Relationships Perspective,* yakni menjelaskan bahwa hubungan secara informal dalam lingkup social mempengaruhi khalayak (*audience).* Dampak komunikasi massa bisa begitu saja berubah pada setiap waktunya oleh karena setiap individu yang mempunyai kekuatan pada hubungan sosial dengan anggota khalayak (*audience*) lain. Hasilnya, individu satu dengan yang lainnya dipengaruhi oleh sikap serta perilaku individu anggota *audience* lainnya yang didapatkan olehnya dari media massayang berbentuk apapun. Artinya antar individu saling mempunyai pengaruh untuk mempengaruhiantar sesamanya ataupun orang lain dan melahirkan respons yang hampir mirip dan cenderung persis.

5. Glamor dan Elegan Dalam Fashion

Dua kata sifat yang sering kali muncul untuk memuji penampilan dan sering kali terdengar pada kajian tata busana / *fashion design* dan tidak jarang dibahas dalam media yang diidentikan untuk sebuah kategori produk. Baik, berupa pakaian atau pun barang sebagai perlengkapan *fashion* yang disesuaikan dengan fungsinya. Glamour dan elegan adalah serba serbi yang cocok dan pas untuk di *mix* sesuai dengan tampilan. Glamour dan elegan merupakan dua kata yang selalu beriringan tetapi mempunyai definisi yang berbeda.

Glamour pada *fashion*Yaitu busana dengan ukuran besar dan tidak jarang secara keseluruhan bentuk busana tersebut bersiluet pada beberapa bagiannya, seperti : padding yang agak menonjol di bagian bahu; sedangkan untuk besaran siluetnya bisa meyesuaikan bentuk tubuh si pemakainya dan cenderung pada ukuran yang longgar jika dikenakan. Berciri – ciri khusus seperti: busana dipadukan dalam bentuk permainan detail yang cukup repot jika dipraktekan dengan tujuan agar orang yang melihatnya langsung bisa tertarik, jatuh hati dan hamper keseluruhan adanya detail busana seperti yang telah dibeberkan itu ada pada pakaian berkategorikan glamour. Sebab busana glamour sendiri, pada umunya selalu beraksenkan lebih dari 2 aksen yang memang disengaja ditonjolkan pada ukuran – ukuran besar seperti: kancing – kancing, mutiara imitasi, serta paduan warna yang dibuat sepadan dengan kontrasnya.Dan lebih cenderung berkiblat pada budaya barat terkhusus pada golongan menegah ke atas (dalam Palupi. N. http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html. Diakses 10 September 2018).

Meski kata glamour sering muncul bersamaan dengan kata elegan, kata ini hampir sering bertabrakan bahkan terkadang bertolak belakang dengan makna elegan. Elegan berartikan: rapi, elok, lemah gemulai, anggun, atau luwes. Tetapi jika menelaah pada sikap ialah bermakna ke elegan an yaitu keadaan sesuatu terkesan sederhana dengan tampilan yang tidak terlalu banyak detail dan juga aksen berlebih, memukau tanpa adanya pemborosan serta jauh dari kata berlebih-lebihan. (https://kbbi.web.id/elegan. Diakses 20 Desember 2017).

F. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memperggunakan pendekatan kualitatif dan menganut pada paradigma konstruktivisme. Pendekatan kualitatif, merupakan riset penelitian yang tidak mengadakan perhitungan apapun dalam bentuk angka, maksudnya data yang dikumpulkan tidak berwujud nominal melaikan kata-kata yang dirangkai menjadi kalimat – kalimat. Penelitian ini menghasilkan sebuah analisis yang berprosedur dan terstruktur secara aturan statistic atau cara lainnya yang serupa (dalam Moeloeng, 2002 : 06). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan proses *pertama,* melakukan pengamatan kepada objek penelitian dengan cara menganalisanya dahulu *kedua,* menuliskannya sesuai dengan apa yang telah ditemukan lewat proses observasi dan wawancara pad asaat penerjunan dilapangan. *Ketiga,* data kualitatif yang didapatkan dari narasumber atau data lapangan ini dideskripsikan dalam bentuk kata – kata tetrulis atau lisan dari data transkrips wawancara yang penulis sermati kembali pasca transkrip wawancara usai tertuliskan. Tujuannya, untuk menggambarkan, meringkan, memudakan berbagai kondisi keadaan, situasi atau fenomena yang ada pada realitas sosial dalam ranah masyarakat umum secara factual dan secara langsung. Hal ini berarti, pada penelitian ini peneliti akan menguraikan secara fakta tentang bagaimana segolongan orang menilai, mempersepsi, atau memaknai glamour dan elegan dalam majalah Dewi dan majalah Harper's bazaar.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kantor sekretariatan komunitas Hijabie, Yogyakarta (HCY) yang terletak di jalan menukan, Brontokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengumpulan data akan dilakukan selama kurang lebih 6 bulan.

3. Sumber Data

Dalam Penelitian teknik dalam pemilihan narasumbernya secara *random* (bebas). yakni memilih narasumber yang benar benar merupakan anggota komunitas hijabie dan orang yang benar berkompeten untuk memberikan data yang diingkan peneliti. Narasumber dalam penelitian ini adalah pencetus/ ketua komunitas Hijabie, yang meliputi:

a. Atika Maulida yang menjabat sebagai ketua serta pemilik komunitas Hijabie community
b. Pengurus dan Anggota komunitas Hijabie community diantaranya :
    1. Amalia Devita (Anggota HCY)
    2. Syaida Tinna Khadyjah (Anggota HCY)
    3. Novi W (Anggota HCY)
    4. Evy H (Anggota HCY)
    5. Nidha Faridha (Anggota HCY)

Alasan peneliti memilih narasumber tersebut, karena melihat jabatan dan keaktifan di keanggotaan Hijabie Community yang berkompeten dalam memberikan data, dari sisi lain yakni merekalah yang direkomendasikan pengurus untuk dan bersesdia dijadikan narasumber. Maka para narasumber ini akan memaparkan data yang diinginkan peneliti tentang persepsi mereka atas konsep glamor dan elegan dalam foto majalah tersebut.

4. Pengumpulan data

Teknik yang akan digunakan peneliti, ialah sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara, satu kegiatan dimana didalamnya ada dua orang atau lebih melakukan kegiatan selayaknya manusia yag hidup bersosial seperti: mengobrol, berdiskusi, bersenda gurau dan lain sebagianya. Kegiatan wawancara ini tidak jauh gambaranya seperti hal tersebut, sebab didalamnya ada proses untuk memperoleh keterangan dengan mengandalkan percakapan disimpulkan dengan mengobrol demi menghasilkan sesuatu yang berfaedah guna bahan penelitian jadi, tidak hanya sekedar mengobrol santai tanpa hasil melainkan mengobrol dengan sebuah tujuan. Pada umunya kegiatan ini dilakukan dengan adanya pertanyaan –pertanyaan yang dilontarkan dari pihak pertama kepihak kedua dan disebut sebagai metode tanya jawab dan saling bertatap mata secara langsung. Meski biasanya akan terjadi obrolan – obrolan diluar topik pembicaraan tapi biarlah semuanya berjalan dengan alurnya yang terpenting yaitu percakapan berlangsung dengan pertanyaan – pertanyaan yang disiapkan untuk acuan agar tidak keluar dari sasaran dan tetap menghasilkan segala jawaban yang baik dan tepat sasaran (dalam Bungin, 2011 : 111).

Dalam penelitian ini penulis hanya mengurai yang perlu ditulis dan sebatas yang diperlukan saja. Catatan tersebut mungkin tidak mudah untuk dipahami maka, peneliti akan menggabungkan antara wawancara awal dengan catatan lapangan yang terekam. Kemudian dari hasil wawancara tersebut peneliti akan menganalisis dengan pengkodean lalu menyusunnya secara deskriptif (dalam Strauss & Corbin, 2013 : 19).

b. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai data, yakni jika data dicari dalam dokumen atau sumber pustaka, maka pengumpulan data seperti ini studi dokumentasi atau sumber pustaka (dalam Wirartha, 2006 : 36). Mencari data mengenai hal – hal atau variabel yaitu berupa hasil wawancara yang diambil dari transkrip wawancara serta hasil yang telah dikategorikan sesuai yang dibutuhkan untuk penelitian ini. langkah ini diambil dengan tujuan untuk mengumpulkanndata akurat terkait dengan penelitian. Metode dokumentasi ini adalah untuk mempermudah dalam mengkaji serta mempermudah dalam mendata secara jelas dan detail mengenai inti dari judul yang peneliti lakukan, agar lebih dalam pada pencarian informasi dan lebih terstruktur. Untuk melengkapinya, peneliti mengambil sumber data dari artikel, jurnal dan buku-buku yang berkenaan dengan judul penelitian, dan terlebih pada hasil wawancara responden yang kemudian diharapkan menghasilkan data yang komperehensif.

5. Tahap Penelitian

Pertama, peneliti akan memulai dari tahap pengorganisasian kemudian mengkategorikan semua hasil data secara menyeluruh, data pengalaman yang telah terkumpul pasca percakapan pewawancara dan informan. *Kedua,* membuat transkrip percakapan ke dalam bentuk script yang disebut transkrip hasil wawancara. *Ketiga,* membaca kembali data yang didapat di lapangan secara keseluruhan dan membuat catatan khusus mengenai data – data yang dirassa penting lalu kemudian melakukan coding/pengkodean hasil data terkait penelitian. *Keempat,* memaknai dengan teliti satu per satu pernyataan yang dirasakan, dialami oleh informan atau responden dengan cara mensortir pernyataan tersebut yang masuk dalam kategori relevan atau tidak relevan dengan topik dan pertanyaan yang sesuai dengan keinginan si peneliti. Dengan tujuan agar hasil kesimpulan dari data – data terkait penelitian ini tidak jauh menyimpang dari yang diinginkan. Selanjutnya yang *kelima.*Selepas data terkumpul peneliti mengembangkan uraian secara keseluruhan dari data yang ada diberi penjelasan secara naratif mendetail

padat secara jelas dan ringkas mengenai hasil dari fenomena yang diteliti serta makna pengalaman si informan atau responden mengenai fenomena tersebut. Dan tahap terakhir yaitu membuat laporan pengalaman setiap partisipan dari gambaran tersebut secara tertulis kecuali ada data yang kiranya kurang jelas dan kurang lengkap, barulah peneliti menyikapi untuk kembali ke lapangan guna melengkapi data-data yang kurang (dalam Bungin, 2014:110).

BAB II

GAMBARAN UMUM HIJABIE COMMUNITY

A. Majalah Dimata Dunia

Pada awal abad 20, menurut Septiawan dalam Vaughn, ed., 2008.284-287 di abad tersebut banyak kejadian yang berbagai aktual dan isunya bermunculan dalam ruang surat kabar, maka mulai pada saat itu juga munculnya cerita-cerita fiksi dan puisi. Pada saat itulah majalah lahir. Format yang dipakai oleh para redaksi dan penerbit berasal dar orang-orang yang berkerja di surat kabar. Khalayak luas meminta artikel-artikel pemberitaan yang lebih dalam dan bernas, James Landers dalam buku Septiawan sentana, ketika megulas majalah berita, mencatat awal perkembangan majalah berita di Amerika. Ada pengaruh teknologi, era' *hight-speed printing presses, webfed paper, and half-tone photographs,* plus transportasi, berkombinasi dengan ringannya ongkos produksi dan distribusi "massa". Ukuran oplah yang mencakup "nasional" mendorong perkembangan majalah iklan membiayai (dalam Sentana, 2017:193-196).

Khalayak majalah mengklaster dikota-kota. Transformasi ekonomi, dari pertanian ke industrial, memunculkan pembaca majalah dari kalangan manajer, pemilik usaha dagang, administrator, dan kalangan profesional lain. Mereka membaca majalah- majalah yang berisikan artikel-artikel dan opini mengenai dunia internasional, sains, pengobatan, pendidikan, transportasi, pemerintahan, dan persoalan sosial. Akhir 1880-1990-an, sejalan dengan tuntutan perubahan besar dalam kehidupan kemasyarakatan, majalah pun bergerak ke arah proporsi isi tertentu: majalah ekonomi, majalah politik, majlah sosial, diantaranya, terbit bulanan. Majalah mingguan berita terbit, melayani masyarakat di area urban.

Pada saat itulah majalah Time terbit dengan tampilan yang berbeda, selain ringkasan berita selama seminggu, isinya tidak melulu tentang politik dan pemerintah. Ada juga didalamnya mengulas kesenian, bahkan religi, berbagai hal yang dihadirkan time tersebut, tak banyak disentuh majalah saat itu, menurut James L. Tapi, Henry R. Luce dan Briton Hadden, pencipta Time, mencari pangsa pembaca lain : orang – orang sibuk, muda, menengah profesional. Para pembaca ini, saat itu, butuh ringkasan kejadian, tapi dijelaskan mendalam. Kompleksitas

peristiwa diurai. Media lain, saat itu, tak banyak menyentuhnya. Pemberitaan Time menyimpang dari gaya berita saat itu. Time menffekankan "konteks" sebagai bagian perspektif pemberitaannya. Dengan gaya*interpretive journalism, Time,* misalnya menginterpretif kisah berita dengan awal "*that of the Man in the moon at the end of the current century"* (dalam Sentana, 2017:193-196). Time tumbuh mengafeksi jurnalisme Amerika saat ittu. Wartawan - wartawan muda menyimak gaya time, yang khas, secara perlahan, koran – koran berubah. Reportase koran jadi memakai analisis, dalam format *interpretive news.* Tapi, pada 1950-an dan 1960-an, time dikecam. Pembaca dari kalangan "Liberal AS" menolak sikap editorial Time. Majalah berita saingan, newsweek, memberi alternatif, dengan reportase agresif yang memberi sudut pandang lebih liberal. Pada 1970-an, time merubah haluan. Kemudian susut ditahun 1960-an.

Di abad ke-19 ialah awal munculnya pendistribusian masal, berbagai majalah diterbitkan dan didesain hanya untuk kalangan terbatas (*Limited).* Penerbitnya lebih suka disebut sebagai pengelola majalah (*quality magazine*). Sejak 1830-an, bermunculanlah majalah - majalah berharga murah meriah, yang ditujukan kepada publik yang lebih luas dengan sasaran khalayak lebih banyak. Awalnya berbagai majalah ini menyajikan materi-materi yang bersifat meningkatkan, memotivasi, mencerahkan, dan menghibur keluarga, tapi pada akhir abad ke -18, mulai berkembangnya majalah-majalah popular dimasa itu yang semata hanyalah menyajikan hiburan saja. Lalu disusul oleh Charles Knight, laki – laki yang mencoba memplopori majalah jenis baru ini (majalah hiburan) maka Charles mulai menerbitkan majalahnya yang bernama Penny Magazine di tahun 1832-1846 dan disusul majalah berikutnya yang bernama Penny Cyclopedia pada tahun 1833-1858; disamping berjalannya majalah hiburan, muncullah kemudian majalah-majalah dengan bentuk lain yakni majalah serial, rubriknya berisikan gambar-gambar ilusrasi. Dan ini ditemukan di AS (Amerika Serikat) ditahun 1850 kemudian setelahnya tidak lagi ditemukannya majalah serial berikutnya. Padahal majalah serial ini tercatat telah mengembangkan penerbitan berkalanya setara nasional dan jangkauan oplahnya yang cukup besar. Majalah serial dimasa itu yakni majalah *Saturday Evening Post (*1821-1869, terbit lagi 1971) dan *Youth Companion* (1827-1929) (dalam Sentana, 2017: 193-196).

Pada seperempat akhir abad ke -19, penerbitan majalah mengalami peningkatan pasar. Masyarakat mendapat limpahan informasi dan hiburan. George

Newnes (Inggris) yakni seorang pencetus majalah dimasanya, oleh karena berawal dari kesukaanya untuk mengerjakan sesuatu yang ia senangi dan bisa disebut lebih pada hobinya menggunting, maka ia membuat semacam kelipingan kelipingan gambar, paragraf - paragraf, pada 1881 guna menyalurkan hobinya ke dalam penerbitan majalah dengan nama majalahnya majalah 'murah"(*penny*) dan Fit – Bits – yang mana pada 1968 majalah tersebut berubah nama menjadi majalah Tit-bits – yang diterbitkan secara periodic atau berkala sesuai edisi periodenya, dan menyebar secara meluas melintasi batas – bataas negara.Ia mengawali keberhasilannya dengan mendapatkan sebuah imperiumpenerbitan, yang diikuti oleh majalah lainnya yang bernama majalah *Country Life* (berdiri 1897) dan juga bermunculan majalah lainnya seperti *wide word magazine (1891-1950)* - salah satu majalah hiburan bulanan pertama dengan banyak disajikan didalamnya ilustrasi. Ada pula majalah *The stand* yang berkesempatanmenjadi majalah yang cukup populer dan terkenal karena memuat kisah – kisah tentang *Sherlock Holmes* karya Arthur Conan Dolye. (dalam Sentana,2017: 193-196).

Di AS (Amerika Serikat), kepopularan terjadi pada penerbitan majalah dan viral setelah adanya ekspansi besar-besaran pasca perang sipil. Kemudian pada 1879 meningkatnya kecepatan pengiriman majalah lewat pos tetapi berkendala karena jarak yang cukup senjang antara harga yang memang mahal "dimasanya" dan benar-benar bergengsi pada saat itu contohnya : majalah mingguan yang bagus dan murah (Harper's an Scriner's) maka permasalahannya ada pada majalah yang tidak bisa sampai di area pedalaman dengan lingkar wilayah yang cukup jauh untuk dijangkau, lahirlah pencetus yang menangani masalah ini yakni ditahun 1892 Samuel Sydney Mclure, memulai untuk mengatasi jarak itu menjadi dekat dan mudah dijangkau, melalui industry penerbitan majalah bulanan dengan nama popular mclure's magazine ia memberanikan diri mematok harga 15 *cents* dari harga jual umum 25-35 *cents.* Dan cara inilah diikuti oleh para pengusaha lainnya dengan tujuan meningkatkan sirkulasi. (dalam Sentana, 2017:195).

Jika sirkulasi ini meningkat maka, akan berefek diawal penerbitan majalah tertentu, yakni berupakan iklan. Dan tentunya, menekan biaya pada pemproduksian majalah. Praktek inilah yang kemudian menjadi salah satu pola dalam dunia penerbitan dan percetakan di abad sesudahnya. Kemajuan teknologi *mass-production* dan proses fotografi (ilustrasi) telah menekan biaya produksi cukup

rendah. Selain Amerika dan Inggris, industri penerbitan majalah juga berkembang. Contohnya, Australia. *Australian magazine*, merupakan majalah pertama yang terbit dengan edisi percetakan bulanan. Ditahun 1821 ada 13 edisi yang telah diproduksi dari Australia Magazine; *South Asian Register*, majalah serial yang terbit pertiga bulan dan pada tahun 1827 penerbitan majalah ini mencapai 4 edisi saja; kemudian setelahnya disuse dengan majalah yang bernamakan *Hobart town Magazine* yakni pada tahun 1833-1834 satu-satunya majalah yang bertahan cukup lama, yang memuat berbagai cerita, artikel-artikel, puisi sastra dari para penulis Australia.

Di India, awal mula lahirnya majalah oleh karena adanya orang – orang Inggris kalangan colonial yang membuat karya majalah dengan nama *Oriental Magazine,Calcuta Amusement* (1785-1786); lalu diikutilah oleh karya orang asli india dari kalangan misionaris secara diam-diam menciptakan karyanya dengan nama majalah *Hindustan Review,* yang terbit di era 90-an yang merebahkan sayapnya ke China, Malaka, Canton, dan lainnya dan Berjaya hingga 1847.

Abad ke-18: perlembangan majalah di negara Inggris semakin meningkat. Ditandai oleh karena meningkatnya kemampuan masyarakat dalam membaca dan menulis atau bisa disebut dengan "melek huruf" oleh karena adanya literasi, khususnya dikalangan perempuan yang ditambah lagi oleh sebab menggejalanya kesadaran masyarakat inggris tentang hal-hal baru. Dan majalahlah yang memberi kebutuhan akan hal tersebut, lalu menapakan kemapanan penerbitan majalah dipengaruhi oleh tiga *essay periodicals* (esai-esai berkala) yaitu *pertama,* karya tulis Daniel Defioe's The Review yang terbit ditahun 1704 -13 dan dicetak seminggu tiga kali; Sir Ricard Steele's The Tatler yang terbit ditahun 1709 -11; dengan skala percetakannya masih sama selama tiga kali dalam seminggu, yang kemudian dilanjutkan oleh Joseph Addison; dan Addison Steele's dalam majalah The Spectator ditahun 1711-12; diterbitkan kembali pada 1714, sebagai warta harian dan bukanlagi menjadi majalah esai berkala yang hanya terbit seminggu tiga kali (dalam Sentana, 2017:194).

Abad ke – 17: pada masa china kuno pernah diterbitkan karya tulis yang persis dengan majalah, tetapi majalah yang dikenal dan popular saat ini baru muncul setelah ditemukannya mesin cetak dibarat, awal mulanya mesin cetak digunakan hanya untuk pembuatan pamphlet, selebaran, buku-buku cerita dan

kalender saja. Baru kemudian setelah proses itu berjalan dengan baik pada tahapan berikutnya berkembanglah percetakan pada kepentingan pribadi dengan tujuan menyuarakan kepentingan masing – masing. Seperti halnya; iklan, kampanye dan lain sebagainya. Maka mulailah mengumpulkan bahan-bahan sesuai kepentingannya yang akan dijadikan satu setelah semua bahan terkumpul. Pada proses inilah akhirnya, tercipta adanya majalah. Dan setelah terbitnya majalah, majalah dipahami sebagai campuran buku dan surat kabar tanpa batasan yang jelas. Dan majalah pertama yang muncul di tahun 1663 yaitu majalah Erbauliche Monaths - Unterredungen hasil terbitan Johann Rist, seorang teolog dan penyair yang berasal dari Hamburg, Jerman. (dalam Sentana, 2017:195). Majalah juga berisikan dengan artikel, jurnal-jurnal pendidikan, ringkasan / resensi buku – buku baru tetapi tidak menyangkut pada hal-hal yang berbau kesusastraan. Sebab iklan dalam bentuk buku baru dikenal pada tahun 1650, yakni berupa feature yang muncul regular kemudian diberi sedikit ulasan pendek. Belakangan, diundang pada contributor dari kalangan ilmuwan ditahun 1672, mereka bersama-sama menulis karya kesusastraan pada majalah yang kandungan isi majalah menjadi sebuah hiburan. Maka terlahirlah majalah yang bernama Le Mecure Galant hasil karya Jean Donneau de Vice yang isinya: kisah-kisah kehidupan, anekdot, resep-resep dan juga mutiara hikmah yang popular yang dapat ditiru secara luas.

Abad ke – 20: awal mula munculnya iklan, majalah berita dan lainnya. Iklan, pada awalnya, ditentang di berbagai majalah. Dengan alasan-alasan menjaga nilai-nilai satrwai (kesusastraan) dipakai sebagai penguat penolakan. Di Inggris, ketika pajak iklan diturunkan, pada 1853, dan pers pemasang iklan mulai menjanjikan maka cukup banyak yang beralih untuk pemasangan iklan pada majalah (dalam Sentana, 2017:193-196).

B. Karakter Konten Majalah

Majalah ialah ruang penyimpan memori kejadian peristia di masa lalu. Carolyn Kitch mengkaji bagaimana jurnalisme *Time Inc.* (korporat utama dari konglomerasi multimedia America Online, Warner Brothers, dan Turner Broadcasting) menjadi media masyarakat memahami masa lalu.

Majalah Time, pembawa jurnalisme restropektif lebih dari 80 tahun, telah menerbitkan berbagai “isu”, dan produk memori lain. Lebih dari dua dekade, time memengaruhi kesadaran publik. Disinilah, majalah jadi pencetak dokumen sejarah

peristiwa masyarakat, didalam kerja komersial dan kultural jurnalisme. Kitch menunjukan bagaimana majalah menghasilkan produk memori sejarah. Uraian Kitch berlatar keamerikaan, dalam sejarah, beriut dunia jurnalisme damajalahnya. Ia menunjukan telah menjadi "kolektor isu-isu" dan penghasil tulisan, desain, dan pasar yang memberi jalan kepada khalayak untuk memahami kultur masyarakatnya.

Retorika majalah bisa manjadi otoritas pengkonstruksi memori publik. Kisah jurnalistiknya mengkonstruksi pelbagai kejadian, serta personalitas tokoh yang terlibat didalamnya."*While they tell the stories of a wide variety of events and personalities"*, menurut Kitch Journal (Vol. 7, No 1, 2006, 2009 : 243), "*such summary issues reveal common journalistic strategies for constructing memory and several ways of thinking about the nature of the past."*

Isi majalah tak lagi momentual. Isi majalah bisa menjadi kumpulan momen, memori, peristiwa. Memori peristiwa jurnalistik itu tak Cuma jadi buku. Tapi juga jadi kartu pos, cetakan cinderamata, almanak, Cd dan DVD, Juga situs. Dari fenomena itu, Kitch menunjukan isi majlaah, bersifat permanen, personal, *memorial*, *visual* dan *collectable* (dalam Sentana, 2017: 200 - 202).

1. Permanen

Gaya jurnalisme majalah, layaknya jurnalisme surat kabar, mirip penerbitan buku. Tapi gaya dan tampilan majalah punya sesuatu. Sesuatu itu ialah pengaruh yang kerap kuat. Meski momentual, ketika menerbitkan isu-isu "khusus", majalah punya pengaruh kuat. Khalayak segera terpikat oleh gaya editorial, dan desainnya. Dari kata pengantar, susunan isu-isu ringkasnya, selingan warna warni halaman, pilihan ketipisan kertas sampai keluwesan jepitannya (bindingi): semua itu merupakan daya tarik majalah.

Ditambah lagi, kecekatan mengeksplorasi tampilan. Sajian dan disain magabook (majalah *Life*) diminati selama hampir tiga dekade. *Speialissue* majalah kerap mewarnai berbagaibentuk dan isi literasi masyarakat. Ini berarti pengaruh yang permanen. Literasi majalah kerap bukan lagi berstatus jurnalisme."*The content shifts from journalism to literature orshistory, from periodical reporting to permanent record,"* nilai Carolyn Kitch (dalam Sentana, 2017: 201). Dari jurnalisme majalah berubah menajdi rekaman yang permanen.

Sifat permanennya tak hanya itu. Ekplorasi jurnalisme bahkan bisa setebal buku, dalam hal isi dan halamanya. Contohnya: "*Time's Great Events of the 20th Century"* (1997), (majalah Time dalam Sentana, 2017: 200-201).

2. Personal

Majalah menyentuh khalayak secara personal. Namun, bukan sekedar mengajak secara personal melalui sosok-sosok, majalah memberi personalitas orang-orang yang dikenali, atau orang biasa, itu terlibat, dan berbuat, dan memengaruhi kehidupan, juga sejarah. Entah politik, ekonomi, sosial, budaya, dan seterusnya, tokoh- tokoh itu berperan. Dilegitimasi. Contoh: Mahatma Gandi, Bob Dylan, John Lennon dan seterusnya. Di Indonesia, muncul melalui sosok Ki Hajar Dewantara, Ir.Soekarno, Mohamad Hatta, Chairil Anwar, Benyamin S, dan lainnya.

Dengan kehadiran merekalah yang memberi sentuhan secara personal. Juga, personalitas sosok yang bagai kawan dekat duduk disamping pembacanya, membicarakan apa, bagaimana, dan mengapa ia merubah masyarakat. Ia memberi "makna", baik "universal atau admirable", pada berbagai peristiwa, pada perkembangan, dan juga kehidupan.

Penokohan personalnya pun bukan hanya nama-nama besar dan populer. Tetapi melalui *pooling*, publik diajak memilih tokoh yang secara simbolik meresonansi masyarakat dan mempresentasikan berbagai gerakan sosial, peperangan, dan perubahan generasi. Personalitas penokohan pun mengikuti era kultur populer sesuai dengan pekembangan jaman.

3. Memorial

Memorial adalah kenangan pada sesuatu yang diperingati kembali. Umumnya, kejadian besar tokoh besar, atau lainnya yang "besar-besar" yang bila dikenang bisa menajdi pelajaran "besar" bagi publik. Majalah memiliki alat: isu. Dengan isu-isu khusus, majalah mengenang "peristiwa", atau lainnya, menjadi memorial. Perigatan kemerdekaan, ibu kita Kartini, Bom Bali, dan lainnya, bagi Indonesia punya gema. Dan, majalah mongonsep, menerbitkan kembali, lewat isu-isu bertopik khusus, disatu terbitannya.

Pembaca dibawa ke memorial kenangan, bahwa Indonesia pernah punya sejarah, punya sesuatu, yang tak boleh dilupakan. Tak bisa dihapus. Majlaah jadi pengingat gema Indonesia di satu fase, momen. Maka itu, isu memorial majlaah

bersifat instantaneous monuments, diistilahkan Kitch, misalnya “memorial Day Special” (2000, Majalah Time).

Majalah seakan jadi pemegang otoritas kultur, nilai pembawa ritual duka cita publik. Pembawa pemaknaan makna “memorial” bangsa. Pengajak sentimen kemanusiaan. Penyajian majalah yang mendalam, melebarkan pemaknaan bagaiamana berbagai figur dan fenomena kekinian terkait dengan kejadian-kejadian masa lalu, kini, nanti, digabung ke dalam satu kisah. Gaya naratif majalah membawa kekuatan tersebut.

Topik “peringatan” menggeser bahasa jurnalisme majalah menjadi bahasa spiritual, mencerahkan dan menghibur pembaca. Wartawan pun tak lagi menjadi makhluk cerewet, tukang kritik, segala kesalahan. Disini, wartawan jadi pelapor kepimimpinan, dan spiritual, bangsa.

4. Visual

Foto telah jadi bagian penting dari ritual duka cita modern. Dan menjadi bagian dari upaya penghormatan kembali, secara visual, terhadap berbagai peristiwa besar di masyarakat. Gambar-gambar bencana tsunami diberbagai tempat, misalnya, memvisualisasikan kembali apa yang terjadi, dan memaknakannya kembali, sebagai sebuah pengingat,yang bukan cuma mengenang. Ada ruang kejadian yang tak bisa dilupakan. Foto ialah alat visualsasi kesadaran itu. Foto memiliki kelebihan di dalam menghadirkan berbagai objek peristiwa. Peristiwa seakan hadir sebagai “ kebenaran”, dari masa lalu, yang menjadi bagian nyata dan begitu dekat dengan berbagai subjek peristiwa. Gambar menjadi saksi “*eyewitness” sejarah lewat imaji yang diproduksinya*, dan menjadi artifak tekskomunikasi, foto menjadi *“a dynamic power”*.dalam bahasa Kitch, tenaga yang menghidupkan kembali imaji, untuk merenungkan kembali apa yang telah terjadi. Berbagai majalah memiliki staf fotografer yang bagus. Mereka mereputasikan statusnya melalui gambar- foto. Hasilnya mereka membuat majalah sebagai tempat visualisasi publik untuk restopektif historis.

5. Mengoleksi Peristiwa (Collectable)

Majalah sebagai sarana penyimpan sejarah. Berbagai kejadian masyarakat direkam. Masa lalu dipahami kembali. Hal itu terjadi ketika majalah mengangkat berbagai isu, peristiwa, yang melibatkan berbagai orang, waktu, tempat, dan nuansa kejadiannya. Semua itu dibaca, disimpan, dikoleksi, masyarakat. Majalah menjadi

koleksi kenangan kejadian. Bukan hanya pengumpul nostalgia belaka, majalah memproduksi objek-objek kenagan, secara spesifik" siapa, kapan, dan dimana", juga "mengapa" dan "bagaimana", dari lanskap kultur sosio-masyarakat.

C. Majalah Terfragmentasi[1]

Majalah muncul dan berkembang bukan karena tanpa sebab melainkan ada empat penyebab yang dengan dasar itulah majalah berkembang pesat pada awal abad ke – 19. *Pertama,* biaya percetakan lebih murah yang disertai dengan adanya peningkatan literasi media dikalangan masyarakat luas dimasanya bertempat di Amerika Serikat. *Kedua* kondisi ini berkaitan dengan situasi di Amerika, sebab munculnya gerakan abolitionisme dan adanya reformasi perburuhan. Kondisi ini memunculkan banyak isu yang ingin diketahui oleh public secara lebih detail dan mendalam. Hal ini jjuga memberikan peluang bagi seseorang untuk mengupas tuntas lewat majalah. *Ketiga,* ilustrasi yang banyak dan juga teroerinci mengisi halaman majalah menjadikan majalah lebih menarik dan ditambahkan rubriksitas yang beragam dan juga bervariasi. *Keempat,* pasar majalah lebih terfokus pada elit terpelajar yang tertarik pada cerita pendek, komentar siosial, puisi, esai (dalam Atmadja, 2018:109).

Perkembangan majalah jauh lebih pesat pasca perang saudara oleh karena timbulnya situasi negara yang aman maka pembangunan dimasa itu berjalan baik dan lancar berserta kegiatan bisnis diperkotaan bergerak aktif. Akibatnya, kebutuhan akan ruang iklan pada majalah cukup tinggi. Penerbitan majalah – majalahpun semakin memuncak dan financial pun meninggi sehingga mempengaruhi keadaan ekonomi negara yang semakin membaik (dalam Atmadja, 2018:109). Mulai dari sinilah, majalah terus berkembang tidak lag hanya berfokuskan pada satu topic permasalahan melainkan kepelbagai masalah-masalah lainnya justru itulah, majalah semakin terfragmentasi terpecah dan terbagi baik itu menyangkut isu-isu yang dijual maupun pangsa pasarnya (dalam Baran & Davis, 2011: 169 - 170).

> *"Majalah sering menjadi pertanda dari perubahan. Ketika perubahan social besar social, ekonomi, atau teknologi mulai membentuk kembali budaya, majalah budaya, majalah sering menjadi media pertama yang*

[1]Arti: Terfragmentasi berarti terbagi-bagi; terpecah-pecah; terbelah :https://www.apaarti.com/terfragmentasi.html. (Diakses 01 September 2018 pukul. 21:56.)

> *bergerak, dan struktur industry merupakan salah satu alasan. Tidak seperti surat kabar, majalah merupakan yang paling tidak begitu terikat pada wilayah geografis tertentu. Tetapi bukan berpusat pada kepentingan. Penulis mencari trend, penerbit lebih cepat dari pada media lain dalam menambah dan mengurangi judul yang ditujukan pada segmen khalayak atau kepentingan yang spesifik. Pada gilirannya pengiklan dapat uang mereka untuk judul panas saat ditujukan untuk demografi tertentu."* (dalam Baran & Davis, 2011: 169).

Singkat kata, majalah menjual isu baru yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat dimasanya. Isu itu dikumpulkan kemudian dikemas agar majalah laku terjual. Contoh; pengusaha bergairah hingga berminat memasang iklan guna menjual segala macam peroduknya. Majalah ada tiga jenis, yaitu pertama, majalah perdagangan, majalah professional, dan majalah bisnis. Majalah-majalah ini memuat cerita, fitur dan iklan yang ditujukan pada sasarannya masing seperti; orang-orang dalam profesi tertentu dan didistribusikan oleh organisasi profesi dan atau perusahaan-perusahaan media. Kedua, majalah industri, perusahaan, dan yang disponsori oleh perusahaan khusus untuk karyawan mereka sendiri, pelanggann, dan pemegang saham, atau dengan klub-klub dan juga asosiasi khusus untuk anggotanya. Ketiga, majalah konsumen dijual oleh langganan dilapak, toko buku, dan outlet ritel lainnya, termasuk supermarket, toko taman, dan sebagainya. (dalam Atmadja, 2018 : 111).

Majalah dapat pula dipilahkan berdasarkan konsumen, yakni (1) majalah alternative; (2) majalah bisnis/keuangan;(3) majalah selebriti dan hiburan; (4) majalah anak – anak; (5) majalah computer; (6)majalah etnik; (7) majalah keluarga; (8) majalah Fashion/fesyen; (9) majalah minat umum; (10) majalah geografis; (11) majalah gray; (12) majalah sastra; (13) majalah pria; (14) majalah berita; (15) majalah pendapat politik; (16) majalah olah raga; (17) majalah Koran hari minggu; (18) majalah wanita; dan (19) majalah remaja; (20) majalah anak-anak (dalam Atmadja, 2018 : 111-112).

D. Fashion dalam Pena Fotografi

Bermula dari tahun 1850-1900, berkembangnya perjalanan era mode terbaik di periode abad ke – 18 hingga awal abad 19. Yang mana ini merupakan sejarahyang kemudian menjadi sumber referensi yang menginspirasi bagi para desainer terdahulu dan masa kini. Disuatu haripada kegiatan harian seorang pembuat busana sedang dalam proses menciptakan karya artifaktual yang disetiap

musimnyaia buat beraneka ragam mode dengan kriteria masing-masing sehingga suatu saatterlahirlah istilah *haute – couture* yang diperkenalkan oleh Charles Frederick worth dimasa tersebut. ia memiliki ide untuk membuat busana pakaian dan mengenakannya pada salah seorang model display di mannequin pajangannya, yang secara langsung ia perlihatkan kepada kliennya. Dan ini merupakan salah satu cara publikasi pada jamannya, karena segala sesuatunya masih sangat terbatas dan belum secanggih sekarang. kemudian pada tahun 1858, ia membuka *fashion house* yang sekarang jika di Indonesia dikenal dengan distro, outlet, butik dan lain sebagainya, ini merupakan fashion house pertama untuk merancang busana klien aristocrat serta para kaum borjuis lainnya. Begitulah singkat cerita tentang fashion mode terdahulu. (www.harpersbazaar.co.id/articles/read/10/2016/2945/sejarah-fashion-tahun-1850-1900, diakses 20 Desember 2017).

Fotografi itu sendiri merupakan karya seni. Dalam hal ini, tampak adanya persamaan antara fotografi dan seni lukis, perbedaanya terletak pada media yang digunakan oleh kedua teknik tersebut. Seni lukis menggunakan kuas, cat dan kanvas, sedangkan fotografi menggunakan kamera dan bantuan cahaya yang memiliki kesamaan dalam tujuan yakni untuk menghasilkan sebuah karya (dalam Giwanda, 2001:2). *"Fotografi terbagi menjadi beberapa jenis salah satunya ialah fashion photography, fotografi fashion dilakukan untuk memperlihatkan pakaian dan aksesoris fashion lainnya untuk kegiatan promosi"* (Irawan, 2012: 32).

Fashion mode masuk di Indonesia sekitar abad ke – 15 (dalam Palupi. N. http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, Diakses 20 Desember 2017). Menurut Denys Lombard dalam bukunya Nusa Jawa: silang budaya (1996) bermula pada pakaian Kebaya yang berasal dari bahasa Arab 'Kaba' yang berarti "pakaian/busana" dan diperkenalkan melalui bahasa Portugis pada saat mereka mendarat untuk pertama kalinya di Asia Tenggara. Kebaya diartikan sebagai jenis busana perempuan yakni busana berbentuk atasan atau blouse. Kebaya diambil dari kiasan kata 'kaba' dan dipakai pertama kali oleh perempuan Indonesia pada abad ke 15 masehi. Yang asal muasalnya ialah dari budaya arab dan portugis serta negara china sebab penyebaran budaya dimulai dari arah utara kepulauan Indonesia. Artinya, negara – negara yang dilewati oleh bangsa lain seperti arab, portugis dan china ini memiliki pakaian dengan budayanya masing-masing dengan versi yang pasti berbeda – beda dari ciri khas negaranya sesuai dari hasil penangkapan informasi setiap masing – masingnya.

Pada abad pertengahan ke -18, ada dua jenis kebaya yang banyak dipakai masyarakat, yakni kebaya Encim, busana yang digunaan perempuan cina keturunan Indonesia, dan kebaya Putu Baru, yakni busana kebaya yang bergaya tunik pendek berwarna - warni dengan motif yang sangat menawan dan cantik. Kemudian di abad ke- 19, kebaya dikenakan oleh semua kelas sosial setiap hari, baik perempuan Jawa maupun wanita peranakan Belanda dengan keturunan campuran oleh sebab adanya masa penjajahan tidak jauh kemungkinan adanya pernikahan silang yang melahirkan generasi keturunan Indonesia di Belanda atau dibelahan negara lainnya. Bahkan busana kebaya juga sempat menjadi busana wajib bagi perempuan Belanda dimasa pasukan penjajah berhijrah ke negara jajahannya yakni : Indonesia (dalam Palupi. N. http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, Diakses 20 Desember 2017).

Kemudian di tahun 50-an ditandai dengan gaya berbusana klasik yang elegan, populer dengan sebutan gaya "*New Look/ corolle line"* yang diadopsi dari trend fashion dunia. Dahulu, model rancangan Christian Dior, ditahun 1947 memperkenalkan *corolle line*, yang lebih dikenal sebagai *the New Look.* Meski tak hanya satu perancang yang mencoba dengan gaya fashion yang samatetapi dari sekian desainer ternama yang turut mencoba mode tersebut, hanya Diorlah yang berhasil menciptakan sensasi secara international dengan rancang New look atau dengan sebutan awalnya yakni Corolle Line (dalam Palupi. N. http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, diakses 20 Desember 2017).

Desain busana New Look (NL) alias Corolle line (CL) benar- benar merupakan kebalikan dari sikap ekonomis atau hemat dan cenderung sederhana yang memukau. Pasalnya, untuk satu busana NL/CL saja membutuhkan bahan kira-kira sepanjang lebih dari 23 meter. Gaya NL telah menitikberatkan pada bentuk tubuh wanita yang dibuat agar terlihat besar atau dibesar-besarkan pada bagian pinggang ke bawah agar terlihat menarik dan aduhai. Dengan bantuan pakaian dalam yang bertulang (*boned*) dan bahan yang dibuat sengaja dikakukan secara otomatis model rok New Look alias Carolle Line seakan mengembang besar dan seakan anggun membentuk gaun yang wah serta mewah (Maria Grazia, "The New Look Revolution," *Dior Story* https://www.dior.com/couture/en_us/the-house-of-dior/the-story-of-dior/the-new-look-revolution, (Diakses 18 Agustus 2018) Pukul 17.06).

Pada awal kemunculannya, NL/CL telah menimbulkan kontroversi di seluruh dunia bagian barat meski banyak wanita pada zaman itu mengadopsi gaya ini, tetapi banyak pula yang menolak NL/CL karena gaya busana New Look atau Carolle Line dianggap sebagai busana yang pemborosan dan arificial (palsu). The House of Dior (rumah mode milik Christian Dior, red) dijaga ketat oleh wanita-wanita yang bekeinginan atau lebih pada berminat memakai barang masa itu. Beruntungnya, justru akibat pemberitaan kontroversi tersebut, publisitas busana NL/CL semakin melambung dan menjadi trending topic dalam semalam saja. Busana New Look kemudian terus berlanjut bahkan dalam beragam variasi dan inovasi sampai pada bentuk yang serba menakjubkan mewahnya dan terus menjadi trend terkini dimasanya hingga pertengahan tahun 1950-an.

Tahun 1960 fashion mode mulai terasa lebih berwarna dan penuh variasi oleh sebab selain gaya berbusana elegan dan chic layaknya Jackie O yang telah menyebarkan virus fashion stylenya sehingga tidak sedikit khalayak yang terpengaruh oleh gaya berbusananya. Gaya ini di meriahkan dengan gaya fashion yang serba mini misalnya, rok / celana pendek, kemeja jangkis dan lain sebagainya. Kemudian menjelang akhir tahun 60-an, gaya serba mini ini berkolaborasi dengan bahan busana yang bermotif powerfull dan berani, yang terkenal di Indonesia dengan istilah A Go-go Look. Lalu pada tahun 70-an fashion mode di Indonesia terlihat semakin berwarna dengan variasi dan inovasi dari para perancang busana pendatang baru. Dengan adanya perancang busana baru inilah yang mampu membuat nuansa warna yang sudah ada sebelumnya menjadi semakin terlihat kuat dan menarik. Pada tahun 70-an juga diidentika dengan gaya busana Hippies dan disco. Oleh karena itulah style mode yang trend masa kini terdominasikan oleh pakaian seperti: celana bell bottom, kemeja pas badan/ slim fit dengan kerah super lebar, pakaian-pakaian bergaya mini atau jangkis yang potongan busananya lebar dan longgar serta masih banyak lainnya (dalam Indriyani N, http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, diakses 10 September 2018).

Tahun 80-an ialah era yang disebut dengan era *powerful women*. Sebab, dimasa ini banyak bermunculan busana - busana dengan ukuran besar dan tidak jarang secara keseluruhan bentuk busana tersebut bersiluet pada beberapa bagiannya, seperti : padding yang agak menonjol di bagian bahu; sedangkan untuk besaran siluetnya bisa meyesuaikan bentuk tubuh si pemakainya dan cenderung

pada ukuran yang longgar jika dikenakan. Berciri-ciri khusus seperti: busana dipadukan dalam bentuk permainan detail yang cukup repot jika dipraktekan dengan tujuan agar orang yang melihatnya langsung bisa tertarik, jatuh hati dan hamper keseluruhan adanya detail busana seperti yang telah dibeberkan itu ada pada pakaian berkategorikan glamour. Sebab busana glamour sendiri, pada umunya selalu beraksenkan lebih dari dua aksen yang memang disengaja ditonjolkan pada ukuran-ukuran besar seperti: kancing-kancing, mutiara imitasi, serta paduan warna yang dibuat sepadan dengan kontrasnya. Bahkan perancang Indonesia dimasa itu sangat terpengaruh dengan gaya ini, sehingga gaya berbusana yang adapun cenderung berukuran besar. Ditahun 90-an hingga sekarang ialah masa dimana gaya individual terlihat semakin berani bersuara. Tak bisa dipungkiri jika di era ini, banyak perancang busana berbakat yang semakin berkembang dari segi wawasan dan keilmuannya sehingga mampu menciptakan karya-karya terbaiknya dengan keunikan masing-masing dengan menjadikan keunikan tersebut sebagai cerminan dari karakter mereka secara individual (dalam Indriyani N, http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, diakses 10 September 2018).

Ada desainer yang menampilkan desain busana rempel yakni busana yang ditata dengan gaya tumpukan kain atau lipitan kain kemudian dijahit yang beraura vintage, ada desain yang bermodelkan maskulin atau bisa disebut dengan gaya boyist yakni mode busana yang dipola menyerupai pakaian laki-laki, dan sebagian lainnya berdesaikan pada pola dengan umumnya dengan gambaran yang cantic, terkesan mewah, elegan hingga ada yang bergaya unik layaknya karnaval atau festival busana. Jika dilihat pada dunia mode nasional, desain-desain busana yang ada sudah mengadopsi desain mode gaya eropa dan beradaptasi dengan mode internasional tidak lagi hanya pada ranah budaya melainkan mencoba untuk mengkolaborasikan budaya lain dalam budaya masing-masing seperti contohnya dalam koreografi peraga busana dalam ajang peragaan busana-busana baik dari perancang ternama atau perancang busana baru. Sejak diperkenalkan Norbert Schmitt ditahun 1969 di eropa sampai pada akhirnya mendarat di ibu kota Jakarta di tahun 1974 yang awal mula dirintis oleh Ruddy Wowor yang merupakan murit Schmitt ini mulai mengajari para model untuk mengatur langkah, cara berekspresi lalu kemudian menata pencahayaan, dekorasi serta music penggiring, semua ini

disebut dengan profesi show director. (dalam Palupi N, http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, diakses 13 September 2018).

Dalam dunia jurnalisme mode, didahului oleh lahirnya majalah wanita dengan nama femina ditahun 1972, dan jika dilihat pada catatan situsnya, majalah femina menunjukan perhatian besar kepada dunia mode sejak edisi keduanya dibulan oktober melalui sebuah reportase trend artikel yang ditulis oleh Irma Hadisurya. Pada kontennya selain menghadirkan berita mode dari pusat mode seperti Pierre Cardin, femina pun menunjukan apresiasinya terhadap mode-mode nasional. Terkhusus ketika Pia Alisjahbana dan Irma Hadisurya (dua orang designer ternama) yang pada saat itu mengusulkan ajang pencarian perancang mode secara tahunan sebagai sarana memfasilitasi generasi-generasi perancang busana muda yang mana ini tercipta oleh karena ide mereka kepada dewan redaksi majalah femina ditahun 1979 sampai kini. Dan dari ajang inilah terlahir banyak desainer percang mode baru diantaranya: Chossy latu, Samuel Wattimena, Carmanita, Edward Hutabarat, dan Stephanus Hanny. Sementara itu, walau mereka para perancang mode menghadapi adanya keterbatasan dalam menjalani proses studi dan juga kesempatan untuk bersekolah mode/tata busana tetapi itu semua tidak mematahkan, mengugurkan semangat mereka semua untuk terus berjuang menjadi designer/perancang mode. Sebagian dari para perancang busana memilih untuk melanglang buana ke luar negeri diantaranya: Harry Dharson, Poppy Darshono dan juga Iwan Tirta, mereka semua para perancang busana berbakat yang berasal asli Indonesia untuk mengawali studinya di luar negeri (dalam http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html, diakses 13 September 2018).

Tahun 1990 – 2008 adanya isu tentang globalisasi dan juga internet. Yang diartikan bahwa telah datang kemudahan bagi masyarakat di seluruh negara bagian manapun guna mengakses informasi tentang fashion mode dari berbagai kebudayaan dan bangsa lain di luar Indonesia sendiri. Maka, hal ini menjadi salah satu penyebab yang telah menyebabkan kegandrungan/ketertarikan akan budaya negara-negara bagian barat yang glamor. Glamoritas ini terasa dan baru diminati setelah desain-desain mode yang naik daun di tahun 1990-an yakni milik Sebastian Gunawan. Setelah menggelar koleksi karyanya yang terdiri atas ballgown dan aneka payet, manik dan Kristal, kemewahan ala selebritas Hollywood pun

mewabah dan pesat disemua kalangan. Kemewahan ini pun sangat terlihat dan terasa efek sampingnya melalui gaun-gaun milik Biyan, Arantxa adi, Adjie Notonegoro dan Eddy Betty. Hingga akhir tahun 1990- an, persaingan dalam dunia fashion desain/perancangan mode semakin ketat dan diikuti oleh berdirinya sekolah mode franchise yakni esmod dan lassale maka semakin banyak juga nama-nama baru yang hadir di mode Indonesia dan Indonesia semakin kaya akan ide dan inspirasi. Setiap desainer pun memiliki ciri tersendiri untuk setiap karyanya. Diantarnya : Andrian Gan, Obin, Kiata Kwanda, *Sally Koeswanto*, *TriHandoko dan irsan* (Ria Lirungan, *Majalah Harper's Bazaar Indonesia*, 01 September 2017 https://www.pressreader.com/indonesia/harpersbazaarindonesia/20170901/285456416286774,diakses 1 September 2018). Karya mereka selalu membuat khalayak yang melihatnya terpukau oleh karena busana-busana rancangan mereka sebab terkenal dengan desain yang penuh dengan ide-ide seni yang benar mengisnpirasi, disusul dengan Edward Hutabarat dan Anne Avantie yang keduanya berhasil sukses mensosialisasikan rancangan busana yang sunguh menyesuaikan dengan modernitas dan terus berkembang mengikuti jaman terkhusus semakin menjadi jadi di era milenial ini.

Melalui event Indonesian Mercedes Benz Fashion Award dan Harper's Bazaar Fashion Concerto, beberapa dari perancang mode busana telah meraih penghargaan melalui event tersebut. Oleh sebab kreativitas dari para perancang yang ikut berkontribusi sebagai pencipta karya kemudian ditampilkan dalam banyak ragam. Salah satunya menampilkan hasil karyanya dengan bermediakan film yakni dengan nama perancangnya diantara lain: Tri Handoko, Sebastian Gunawan dan Didi Budiharjo yang dikenakan Aida Nurmala dalam Film Arisan. Namun, ada pula yang lebih sukses diluar Indonesia sebab tidak sedikit perancang mode yang memilih jalan untuk berkiprah dinegara-negara luar Indonesia seperti Farah Angsana yang meniti karirnya di Paris, atau ada Mardiana Ika dan juga Ali Charisma di Hongkong. Dari sekian proses kiprah para desainer-desainer ternama maka trend fashion pun kian kemari semakin berkembang contohnya fashion Korea, mulai masuk melalui grup band musik, serial drama korea, yang berawal mula ditahun 2010 hingga kini dan negara Indonesia termasuk pada negara yang terpengaruh/ terhegemoni budaya fashion korea yang diracuni melalui media-media yang tersedia diera milenial ini. Bisa kita lihat dan tela'ah pada gaya remaja Indonesia terkini tidak jarang hampir mayoritas anak generasi muda bahkan hampir

masuk disemua kalangan mengikuti trend fashion ala korea (dalam https://serba-serbi-dunia-fashion.weebly.com/tips-menjadi-trend-center.html,diakses 22 Desember 2017).

E. Fashion sebagai Trend Center Wanita

Dalam dunia perempuan pakaian dan perlengkapan lainnya, selalu menjadi sorotan mata untuk terus dikagumi. Banyak sekali individu yang ingin menjadi *trend center* atau bisa disebut sebagai pusat perhatian orang lain yang memandangnya. Maka tidak sedikit wanita yang selalu mengitu *trend fashion* masa dari masa ke masa, tetapi banyak juga yang ingin menjadi pusat perhatian di dalam suatu kelompok saja. *Trend center* disini bukan mendunia secara langsung dengan fashion yang dibuat atau dikenakan. Melainkan lebih dari orang-orang sekitar yang mengikuti dalam berbusana dan juga stylenya. Dan hal ini selalu terjadi di setiap masanya (dalam https://serba-serbi-dunia-fashion.weebly.com/tips-menjadi-trend-center.html.Diakses 22 Desember 2017).

Bermula dari cerita busana wanita yang dikenakan sampai ke pada pola hidup perempuan dari masa ke masa. Pada tahun 1700, desain rok mulai dibuat menggunakan bingkai untuk memberikan kesan penuh yang menarik dan menjadi sorotan mata. Korset digunakan sebagai penyangga tubuh guna menutupi kekurangan tubuh dan berfungsi untuk memberi kesan tubuh yang sempurna. Kemudian di tahun 1850-an para wanita di masa itu dituntut dengan harus memiliki tubuh yang penuh/berisi. Perempuan yang bertubuh kurus pada masa itu dianggap berpenyakitan, dan korset tidak lagi menjadi tren, namun tetap digunakan untuk memberikan kesan pinggang yang kecil. dengan pengganjal bokong yang diletakan dibelakang rok sehingga bokong terlihat penuh dan berisi.

Ditahun 1900 pinggang yang kecil menjadi favorit hampir diseluruh kalangan perempuan pada masa itu. Korset digunakan seketat mungkin untuk membentuk pinggang yang diinginkan. Mereka mengenakan pengganjal bokong dan pinggul sehingga tubuh mereka bersiluet ,membentuk huruf “S”. Lalu, di 1920-an terjadinya tranformasi fashion yang cukup jauh dari perkembangan sebelumnya. Bentuk tubuh yang lurus (*boyish)* tanpa lekukan apapun menjadi favorit kala itu. Para perempuan mengenakan pakaian dalam untuk membuat payudara mereka terlihat rata sehingga memberi kesan maskulin. Tahun 1940, setelah perang berakhir, bentuk tubuh yang melekung seksi kembali menjadi sorortan yang

digemari para perempuan. Pinggang kecil menjadi favorit. Pilihan berbusana adalah rok panjang berdesain penuh. Pakaian dalam mulai digunakan untuk memperbesar dan menaikan bentuk payudara. *Padding* ekstra didalam bra pun mulai digunakan.

Pada 1960, rok mini ialah tren ditahun ini. *petticoats* dan bentuk tubuh yang melengkung seksi tidak lagi menjadi pilihan. Selebriti yang paling disukai saat itu adalah Twiggy, dengan bentuk tubuhnya yang sangat kurus. Boneka Barbie paling diinginkan adalah payudara besar, kaki panjang, pinggang kecil, dan pinggul yang hampir tidak ada. 1970-an tampilan yang natural lah menjadi tren saat itu. “Hippie” adalah pilihan bergaya di masa tersebut. Kulit yang gelap menjadi favorit. Namun, para perempuan tetap menginginkan bentuk pinggang dan pinggul yang kecil dengan payudara yang besar. 1980 para perempuan mulai rajin berolahraga dan mengontrol pola makan untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ideal. Mereka mendambakan bentuk tubuh yang berotot namum memiliki lekukan yang indah.

1990 ialah masa ketika *wonder bra* menjadi tren. Perempuan ingin menjadi kurus dan tinggi semampai, namun memiliki payudara yang besar. Para perempuan menggunakan korset, *lingerie, body-shaper*,dan *push-up* bra untuk mendapatkan bentuk tubuh yang diinginkan. Di tahun 2000-kini menjadi kurus adalah cita-cita para perempuan masa kini. Tampilan yang muda adalah kuncinya. Pola hidup seperti sedot lemak, diet yang ekstrem, hingga operasi plastik, semakin menjamur. Bahkan bukan hanya pada tubuh melainkan pada wajah seperti sulam alis, sulam bibir,tanam bulu mata dan skin care serta salonlah yang menjadi serbuan para perempuan masa kini (dalam Aprilia 2014:158-159).

1. Trend Fashion Indonesia Terkini

Mengamati tren fashion di Indonesia tidak sesederhana memetik kesimpulan dari hasil kreasi label busana yang ada ditanah air. Buktinya, jika memang harus membagi brand busana di Indonesia ke dalam kategori, maka terlihat adda zona – zona yang berbeda. Faktanya label-label busana di Indonesia berdiri di dua arena besar, yakn made-to-order dan ready-to-wear. Keduanya saling melengkapi untuk mengisi gaya hdiup pada umumnya terkhusus masyarakat Indonesia. Konsep *ready-to-wear* atau bisa disebut dengan busana siap pakai didedikasikan para perancangnya untuk pemakaian busana sehari-hari, sehingga

busana siap pakai ini lebih banyak memuat elemen-elemen modern dengan garis rancang yang *clean.*

Berkat regenerasi di industri fashion Indonesia, banyak bermunculan desainer muda yang membawa semangat baru dalam rancangan siap pakai. Apalagi, pelaku mode telah menyadari perlu dan pentingnya regenerasi busana *fashion* untuk setiap masa dan tahunnya. Salah satunya hadir dari platform kompetisi desain busana yang dihelat dalam majalah Harper's Bazaar Indonesia bersama negara negara Asia tenggara lainnya. Melalui tajuk Asia Newgen Fashion (ANFA), lahir desainer-desainer muda yang turut berkontribusi akan perkembangan fashion di Indonesia, lihat saja pada karya Peggy Hartanto, Sean & Sheila, termasuk juga William Utaa yang menjadi pemenang pada saat kompetisis regional di tahun 2016 silam. Di tangan mereka, ranah siap pakai tak perlu ketakutan akan kehilangan pamornya.

Sedangkan *made-to-order* memiliki pangsa pasar yang akan senatiasa hidup di masyarakat Indonesia mengingat sejarah pesta, baik kemasan modern atau kemasan adat, selalu hadir di tengah kehidupan masyarakat kita. Pesta seolah mnjadi salah satu warisan yang tetap dibudidayakan seluruh siklus kehidupan, dari kelahiran, pernikahan, hingga kematian, selalu diiringi oleh selebrasi upacara adat. Meski terjadi modernisasi, upacara adat kian lestari, pesta tidak akan pernah ditinggalkan. Begitu pula kebutuhan akan busana tak akan tersingkirkan. Maka, tidak perlu heran jika di Indonesi terbilang banyak desainer mode yang berdiri di ranah *made-to-order*. Ketika permintaan meningkat, suplai pun juga ikut meningkat.

Lalu apa yang menjadi benang merah di ranah *made-to-order?* Secara garis besar masyarakat umum Indonesia memiliki obsesi dengan elemen glamor, sehingga pada gaun olahan para desainer *made- to- order* ini akan terasa sentuhan mewah yang terpancar lugas oleh representasi *embellishment*, bordir, atau siluet yang maksi. Entah memangselera sang klien, atau memang visi si desainer. Keduanya sepakat untuk memebrikan sentuhan ekstra pada busananya. Hal itu berdasarkan pendapat di masyarakat bahwa cara berbusana dapat menggambarkan kelaas seseorang. Tetapi seyogyanya, cara berbusana kembali pada selera masing-masing individu.

Namun ada pula tren lainnya yang ikut berbicara, meski ia seolah serempak berucap, kini saatnya merangkul untuk menyatukan pesona kain tradisional. Mode

di Indonesia, sejatinya berakar dari busana tradisional. Elemen tradisional berpa warisan kain nusantara tidak pernah usai memberikan dampak terhadap perkembangan fashion di negeri ini. Beberapa tahun terakhir, para desainer tanah air sedang seru mengekplorasi kekayaan wastra nusatara. Apalagi di sepanjang tahun ini, hingga akhirnnya harper's bazaar sepakat untuk mengatakan bahwa tren selanjutnya terkait dengan kain tradisional. Para desainer menyadari bahwa tidak hanya batik yang indah untuk diolah, sbab tiap daerah memiliki kain tradisionalnya masing-masing, ada tenun, songket, atau teknik tie dye yang menjadi kekuatannya.

Pelan-pelan namun pasti, tiap kain seolah bergantian untuk berinteraksi dengan para perancang busana, kini nampaknya tenun dari Sumba sedan menjadi bintang utamanya . Tak hanya di ranah tradisional, melalui sistem religi juga datang sebuah tren, yakni tren modest wear. Meski Indonesia terbilang plural, agama islam memiliki populasi penganut tertinggi. Sesuai hukum islam, para wanita diwajibkan untuk menutup aurat dan tida mengenakan busana yang membentuk tubuh. Atas dasar aturan tersebut, kebutuhan busana di indonesia pun meningkat. Kini, Indonesia banya melahirkan desainer *modest wear,* bahkan mereka sukses meraih popularitas di dunia global, irama *modest wear*, bahkan mereka sukses meraih popularitas di dunia global. Irama *modestwear*, bahkan mereka sukses meraih popularitas didunia global.. Irama I *modest wear* yang ditawarkan sangat *versatile* dan *stylish,* hingga mudah dipadupadankan dalam berbagai agenda. (dalam Lirungan, *Majalah Harper's Bazaar Indonesia*, 2017: 46).

Pesona Wastra, Ranah mode Tanah Air tentunya menjadi satu wadah pengembangan kain nusantara. Desainer Indonesia pun semakin berbangga dalam meningkatkan serta mengangkat kiprahnya melalui pemakaian kain maupun motif tradisional ke dalam koleksi siap pakai. Seperti halnya yang dilakukan oleh Denny Wirawan dan Batik Kudus selama kurun waktu dua tahun terakhir ini. Dalam pergelaran terbarunya bertajuk *wedari,* Danny Wirawan sukses mengolah Batik Kudus dalam rupa feminim dan *stylish.* Sedangkan Irsan mengawinkan kain songket Sambas dengan material rajut atau *wool*. Desainer senior Edward Hutabarat melestarikan kain lurik melalui presentasi bertajuk *Tangan-tangan Renta Lurik Indonesia* hasil kerja sama dengan Bakti Budaya Djarum Foundation. Tidak ketinggalan Biyan melalui pergelaran *Humba Hammu* yang mengangkat pamor kain tenun Sumba. Kain tradisional Palembang turut hadir dari kolaborasi antara

Happa dan Rumah Tenun. Serta kerja sama apik yang diprakarsai oleh Iwan Tirta Private Collection bersama Mel Ahyar.

Night Gown, sejak debut kariernya sejumlah desainer Indonesia telah konsisten untuk membuat berbagai gaun sebagai fondasi koleksi sehingg pada akhirnya menjadi identitas yang melekat pada desiner tersebut. Berkat ekspolarasi siluet dan ornamen yang beragam, keanggunan gaun kini memiliki berbagai macam wujud. *Ready-to- wear*, karya desainer dalam negeri untuk koleksi baju siap pakai berangkat dari fungsionalitas, kemudian dipadukan dengan selera personal. Beberapa di antaranya mengutamakan *tailoring*, sementara yang lainnya berangkat dari esplorasi bentuk dan material. Hadir pula label-label yang mengadopsi subkultur semangat muda.

Modest wear, selama beberapa tahun terakhir, keberadaan *modest wear*, tidak lagi dipandang sebagai busana yang mengacu pada unsur agama tertentu. Bahkan keberadaannya pun mendapat pengakuan dari negara lain. Setelah kesuksesan Nur Zahra dan Restu Anggraini di Jepang, Rani Hatta tampil di atas panggug Amazon Tokyo Fashion Week pada awal tahun 2017. Label I.K.Y.K yang diprakarsai oleh Anindia Putri pun menuai respons positif melalui pekan mode VAMFF 2017 (Virgin Australia Melbourne Fashion Festival) dan presentsi tunggal di Seoul. (dalam Lirungan, *Majalah Harper's Bazaar Indonesia*, 2017: 47-49).

F. Komunitas Hijabie.

1. Sejarah dan Perkembangan Hijabie.

Hijabie Community, sebuah komunitas sebagai wadah wanita muslimah yang dibentuk pada tanggal 22 November 2014 di Jogja Paradise, oleh karena sebuah ide dan gagasan dua orang wanita yaitu Atika Maulida dan Diana Fatimah Az-zahra. Singkat cerita, mengapa ingin mendirikan komunitas Hijabie yaitu ketika dulu Atika Maulida masih remaja dan berkeinginan untuk bergabung dengan komunitas Hijabers saat itu tapi sulit dan susah. Dan juga tidak begitu ditanggapi atau mungkin komunitas tersebut hanya orang – orang tertentu yang diperbolehkan masuk didalamnya, mungkin dari segi keriteria syarat baik, tinggi, penampilan, kecantikan atau hal lainnya.

Untuk awal permulaan berdirinya komunitas Hijabie hanya terdiri dari segelintiran orang saja, kurang dari lima orang-an dengan latar belakamg profesi

dan kehidupan yang berbeda, hingga suatu hari Atika Maulida bertemu dengan Diana Fatimah yang pada saat itu mereka berdua berada datang ke Jakarta di Acara Trunk show Ria Miranda. Disana mereka mengamati bagaimana kekompakan para *designer* dan pendukung Hijabers dan banyak hal lainnya yang sangat menginsirasi, sampai tiba waktu kembali ke Yogyakarta mereka menyusun nama yang bagus dengan filosofinya dan juga warna logonya. Kemudian, mengatur lokasi dan acara kapan dilaunchingkan komunitas yang digagas mereka ini. Saat berkumpul bersama launching komunitas serta berbagi visi dengan memikirkan untuk membentuk komunitas yang berbeda dengan komunitas lainnya (dalam https://www.instagram.com/hijabie_community/ ,diakses 30 Agustus 2018). Mereka (tim HCY) membentuk komunitas yang akan bertujuan dengan mengakomodasi seluruh kegiatan, dan tidak hanya terkait dengan perihal jilbab dan muslimah saja, Diharapkan dengan adanya komunitas ini, setiap muslimah belajar dari satu sama lainnya serta bisa mengembangkan dirinya hingga benara benar menemukan jati dirinya masing-masing tanpa menyalahkan kodrat maasing-masing sebagai para kaum wanita.

Dari perjalanannya hingga saat ini, mereka berhasil mengumpulkan anggota -anggota yang berjiwa positif, muda, dinamis, aktif, serta kreatif. Apalagi saat itu di Yogyakarta belum ada komunitas yang seperti ini. komunitas ini bukanlah hanya sekedar komunitas. Didalamnya ada sebuah sistem yang modern dan digabung dengan sistem pesantren. Karena kebetulan sekali latar belakang kedua pendirinya[2] adalah sekolah pesantren serta punya visi dan misi tersendiri yang jelas.

2. Tujuan Hijabie.

Hijabie Community, merupakan sebuah komunitas bagi para muslimah yang memiliki komitmen untuk berhijab, terbentuknya hijabie sebagai salah satu upaya menunjukan komitmen mereka dalam bertutur, bertindak, dan berfikir berdasarkan spiritual dan moral yang baik. Berdirinya hijabie juga, untuk memperteguh komitmen spiritualitas dan media bersosialisasi serta mengembangkan potensi yang ada dalam pribadi masing-masing.

Hijabie community, tidak hanya sarana untuk belajar tentang fashion, memberikan peluang untuk belajar entrepreneurship, modeling, dan berbagai bidang yang terkait dengan dunia kewanitaan. Kemudian, wanita muslimah

[2] Atika Maulida dan Diana Fatimah

berhijab, apapun latar belakangnya, apapun keahliannya, semua bisa bergabung di sini. Semuanya akan belajar secara bersama - sama tentang banyak hal yang berkaitan dengan wanita.

3. Logo Hijabie



Gambar 1.1 Logo Hijabie Community

Hijabie Community	:
Hijab	: Hijab/kerudung muslimah
Ie	: Merupakan bentuk visual dari kaidah bahasa arab "ى"yang menunjukkan kata ganti milik "ku" Kemudian, Hijabie sama dengan My Hijab
Warna ungu dan merah muda	: Identitas wanita
Merah muda	: Kelembutan
Ungu	: Mempertegas

Jadi, menjadi wanita yang lembut tetapi tegas

4. Tentang Hijabie Community

1. Nama Komunitas : Hijabie Community
2. Alamat kesekretariatan : Ruko B4, Glondong, wirokerten, banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kode pos: 55791.
3. Kontak : 0813– 3061–7513
4. Website : www.Hijabie_community.com/
5. Fans Page : Hijabie Community
6. Group FB : Hijabie Community Yogyakarta

7. Instagram :@hijabie_Community,
@hijabie_modelingschool,
@hijabiemodel_management

5. Izin Komunitas

Ijin penyelenggaraan pembentukan komunitas Hijabie Yogyakarta dimulai dengan akta perseroan terbatas,yang berada dibawah yayasan JET KUN DO SHAO LIN KUNG FU Indonesia, tepatnya di bawah naungan divisi pendidikan atau bagian edukasi khususnya bergerak pada pembentukan karakter wanita (muslimah) berhijab, yakni sebagai salah satu upaya menunjukan komitmen mereka dalam bertutur, bertindak, dan berfikir berdasarkan spiritual dan moral yang baik, maka tapat ditanggal 22 November 2014,Jogja Paradise komunitas Hjabie Yogyakarta diresmikan.

6. Deskripsi Informan Yang Bergabung Dalam Komunitas Hijabie

Informan dalam penelitian ini sebagian besar adalah mereka (perempuan) yang sudah menjadi bagian atau anggota komunitas Hijabie Yogyakarta, seperti mahasiswi, pembisnis muda, ibu rumah tangga, karyawati serta anggota dari berbagai latar belakang profesi dan status sosial yang berbeda. Yang mana, mereka telah mengambil divisiprogram kegiatan yang ditawarkan didalam komunitas Hijabie tersebut, seperti: divisi modeling, divisi makeup, divisi religi, divisi fotograpi, divisi tata boga, divisi entrepreuner dan lain sebagainya.

Dalam kaitannya dengan anggota komunitas, Program divisi modeling dan desainer dalam komunitas ini berhasil dan mampu membuat anggota komunitas secara keseluruhan menyukai dan mencintai fashion meski di dalam komunitas ini beranggotakan dengan berbagai macam kalangan. Tetapi dengan adanya kegiatan – kegiatan yang menunjang kesukaan atau kecintaannya atas dunia fashion tidak menghilangkan sebagian dari mereka untuk tetap menjadi penikmat fashion melalui majalah, khususnya majalah wanita. Terlebih lago katalog, tips – tips mix and match, tips kecantikan yang tetap digemari bahkan dinanti nanti edisinya oleh sebagian kalangan, karena antara pembaca dan medianya dapat saling menguntungkan.

Ketua komunitasnya pun menjadi informan dalam penelitian ini. tidak hanya anggota saja melainkan penanggung jawab atas komunitas tersebut, sehingga

hasil penjelasan tentang hal-hal yang berkaitan dengan komunitas bisa dengan mudah diluruskan dan diklarifikasikan secara mudah dan cepat. Informan dalam penelitian ini, pastilah orang - orang yang memiliki kesamaan, baik itu dari hobby, kesukaan, favorit, sama-sama penikmat majalah wanita, ikatan komunitas, kesatuan angggota program divisi atau hal lainnya, yang melulu tentang life style dan wanita.

7. Profil Kepengurusan Hijabie Community

1. Nama : Atika Maulida
   Daerah asal : Bantul
   Jabatan : Penanggung Jawab + divisi enterpreuner

2. Nama : Evy Hidayani
   Daerah Asal :Malang
   Jabatan : Bendahara

3. Nama : Novi Wunny
   Daerah Asal : Magelang
   Jabatan : Divisi Religi

4. Nama : Nidha Farida
   Daerah Asal : Jaya Pura
   Jabatan : Modeling

5. Nama : Syahida Tinna Khadyjah
   Daerah Asal : Yogyakarta
   Jabatan : Divisi Makeup

6. Nama : Amalia Devita
   Daerah Asal : Purwodadi
   Jabatan : Divisi Public Speaking

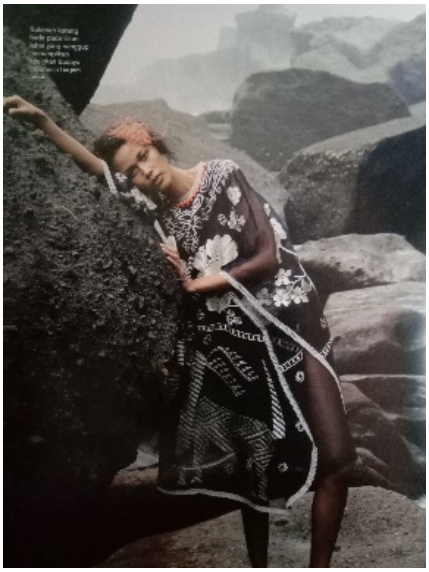
BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan serta membahas tentang hasil dari penelitian yang telah penulis laksanakan, adapun obyek dari penelitian yang dilaksanakan oleh penulis merupakan anggota komunitas wanita yang bernama Hijabie Community Yogyakarta. Dalam penelitiannya, penulis menggunakan metode wawancara yang ditunjang dengan metode dokumentasi yang berupa transkrip wawancara untuk lebih menguatkan hasil penelitian dan untuk memudahkan dalam pendataan nantinya. Setelah penelitian selesai dilakukan kemudian penulis melakukan pembahasan sesuai dengan apa yang didapat dari hasil wawancara responden tersebut, selanjutnya data yang didapat kemudian dianalisis secara kualitatif sehingga data yang ada dapat menggambarkan kesimpulan anggota Hijabie Community akan persepsi konsep glamor dan elegan terhadap foto fashion dalam majalah. Pada saat wawancara narasumber, penulis menunjukan gambar visual foto fashion yang ada dalam majalah dan kemudian membiarkan beberapa menit untuk mempersilahkan si narasumber melihat, menelaah gambar foto fashion tersebut kemudian menginterpretasikannya sesuai dengan kategori. Baik, glamor maupun elegan. Beberapa contoh gambar foto majalah Dewi dan Harper's Bazaar sebagai berikut:



Gambar 3.1. *Colourfull glamour, majalah harper's bazaar.*



Gambar 3.2. *Sumba glamour, majalah harper's bazaar.*



Gambar 3.3. *Soft Elegance, majalah harper's bazaar.*



Gambar 3.4. *Monocrome Elegance, majalah harper's bazaar.*



Gambar 3.5. *Pure Elegance, majalah harper's bazaar.*

A. Persepsi Anggota Hijabie Community Terhadap Foto Fashion Majalah

1. Persepsi sebagai Faktor Konstektual Khalayak Atas Media Cetak (Majalah)

Sebagaimana sudah dijelaskan bahwa persepsi menentukan proses pemaknaan sesuai dengan apa yang telah dialami dari perseorangan mengenai pristiwa, kejadian, hubungan-hubungan atau halnya yang hampir dialami bagi setiap individu manusia yakni dengan cara menyusutkan atau menyimpulkan informasi dengan menafsirkan pesannya (Rakhmat, 2011 : 50). yang sudah ada. Sehingga akan melalui tahapan-tahapan yang cukup kompleks, mulai dari masuk ke dalam pemikiran, diartikan, ditafsirkan, kemudian diberi makna sehingga mampu menghasilkan persepsi. Persepsi dipahami sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasi data-data yang sudah kita tampung melalui panca indra (dalam Couto & Alizamar, 2016:35).

Persepsi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti : faktor perhatian, fungsional, dan struktural. Singkatnya begini, teori persepsi telah mendudukan khalayak pembaca didalam berbagai macam konteks yang mampu mempengaruhi aktivitas kegiatan membaca seperti bagaimana khalayak pembaca bisamembaca teks lalu kemudian darinya mampu menciptakan makna dari teks pada artikel-artikel, gambar, baik berupa foto-foto atau iklan dimajalah-majalah yang dibaca oleh pembacanya (dalam Couto & Alizamar, 2016:191). Untuk perhatian, yaitu dimana kita dalam keadaan mengkonsentrasikan diri dengan menggunakan salah satu inder kita, sehingga mengesampingkan apa-apa yang mempengaruhi atau mengganggu perhatian kita baik internal maupun eksternal Fungsional, faktor yang tercipta oleh karena adanya kebutuhan individual atau kebutuhan

kelompok, kemudian adanya pengalaman masa lalu masing-masing, adanya wujud suasana hati seperti rasa gembira, faktor personal seperti: pengalaman pribadi, motivasi diri dan kepribadian individu. Faktor terakhir yakni faktor struktural, faktor structural terbentuk oleh karena adanya stimuli sifat yang ada pada fisik manusia dan efek yang ditimbulkan oleh sistem saraf masing-masing orang (dalam Couto & Alizamar, 2016:88).

Pembaca secara dominan, cenderung aktif bebas dalam melakukan interpretasi dan memaknai pesan-pesan yang diterimanya walaupun sebenarnya pesan tersebut dikehendaki olhe media. Yang dengan kata lain, pembaca memiliki *Power* kekuatan untuk menafsirkan teks, tetapi teks juga mempunyai kekuatan untuk membatasi pemaknaan dari para pembaca yang ada. Walau demikian, pesan yang disampaikan oleh si komunikator atau pengirim pesan ini tetap bersifat polisemi atau mempunya arti makna lebih dari satu bahkan bisa menjadi ribuan makna sesuai masing-masing individu memaknainya.

Karena tidak mungkin secara keseluruhan pembaca memaknai pesan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh si sender atau pengirim pesan dan sering kali khalayak menagkap atau memahami pesan dengan pemahaman yang miss atau kurang dan terkadang tidak hanya pada salah satu pesan yang disalah pahami dan inilah yang dinamakan miscommunication/ misunderstanding. Hal tersebut dapat diartikan bahwa setiap individu bisa dengan bebas dan mudah untuk menginterpretasikan teks media massa dengan cara memberikan makna/ memaknai sesuai dengan pemahamannya masing-masing sesuai yang dialaminya dalam kehidupan hariannya (dalam Nasbahry Couto & Alizamar, 2016 : 35).

Secara ideal keseluruhan elemen ditemukan dalam sosok khalayak pembaca media cetak baik berupa buku, fiksi, koran ataupun majalah. Oleh karenanya, pandangan, opini, argumen dan produksi makna dari responden khalayak ini sangatlah menentukan bagaimana kemudian audiens menaruh sudut pandangnya terhadap makna yang diciptakan oleh media melalui pesan yang dibentuknya.

Dari hasil wawancara yang didapat dari enam subjek, terdapat beberapa pola pemikiran yang relatif sama mengenai persepsi mereka atas foto fashion dalam majalah yang penulis teliti, yakni sebagai konstruksi makna yang berbeda antar subjek satu dengan yang lainnya. Hanya saja pemaknaan konten dari masing-masing subjek perbedaan yang cukup mendasar.

Subjek pertama lebih menitik beratkan pandangannya terhadap rasa (taste) sebab sudut pandangnya lebih pada pengalaman yang pernah ia rasakan dan alami yang disesuaikan dengan perubahan pola hidup yang berbeda dengan sebelumnya, subjek pertama mengatakan bahwa dirinya tidak lagi sesering dulu dalam menikmati majalah.

“ Iya dulu sempet mbak,,, tapi kesini-kesini gak sesering dulu. lagi juga udah susah waktunya. Karena harus urus toko, urus anak-anak, urus komunitas, urus rumah juga.”

Pernyataan diatas menidetifikasikan bahwa dirinya tidak lagi menjadi pelanggan setia seperti dimasa mudanya subjek pertama mengeluh akan perubahan pola hidupnya oleh sebab kesulitan untuk meluangkan waktu untuk membaca sekedar hiburan untuk dirinya dikarenakan kendala harus mengurus pekerjaan, urusan rumah tangga, dan juga kepentingan komunitas yang subjek pertama dirikan.

Begitu juga subjek kedua, Evy menitikberatkan di hal serupa, yaitu pengalaman yang sama hanya berbeda keluhannya dalam waktu luangnya.

“Gak terlalu sering tapi ya lumayan lah pernah mbak karena sibuk kerja sama tugas kuliah juga dulu.” tuturnya.

Subjek ketiga, Novi menjelaskan hal serupa tetapi ia berbeda dengan subjek pertama dan kedua, karena subjek ketiga mengeluhkan oleh sebab kurangnya waktu maka ia lebih memilih untuk beralih dari majalah ke sosial media ketimbang meluangkan waktu untuk membaca majalah.

“Iyah mbak tapi udah jarang mbak karena apa – apa lebih menarik buka IG sekarang kan gitu.”

Begitu juga dengan narasumber ke empat, Nidha ia memilih untuk beralih dari majalah bukan ke sosial media melainkan kepada majalah dalam versi yang berbeda dan beranggapan bahwa majalah versi digital bisa lebih ia jangkau ketimbang harus membaca dalam bentuk cetaknya di jaman ini.

“*Kalo cukup sering sih gak juga ya mbak, rata-rata saya sekarang menemukannya di salon-salon aja mbak. Kalo dulu waktu dirumah sih iyah. Semenjak kuliah sih berkurang mbak. Tapi kalo versi digitalnya mungkin iya. Saya baca lkalo misalnya lagi santai, lagi disalon, di skincare yaa gitu-gitulah mbak.*”

Sama persis dengan subjek ke-lima, Syahida Tinna ia pun memilih untuk beralih dari majalah cetak ke majalah versi digital dengan perubahan waktu yang dulunya berintensitas cukup sering sekali berubah kian kemari semakin berkurang.

" Kalo dulu saya sering banget mbak, kalo sekarang saya sudah jarang tapi untuk berlangganan majalah digital saya masih mbak."

Namun sangat berbeda dengan subjek ke enam, Amel ia menyukai sangat majalah cetak hingga sekarang. Dikarenakan menurutnya karena dulu ia remaja ketertarikannya pun meningkat dan memiliki kepuasan tersendiri untuk apa yang ia pilih untuk tetap dikomsumsi.

"Pernah dulu gadis jaman sekolah, dan sekarang kosmopolitan dan harper's bazaar. Mungkin bisa dibilang pelanggan setia kali ya mbak saya masih simpan koleksi untuk setiap edisinya malah haha."

Berdasarkan penuturan keenam subjek tersebut, dapat dipahami bahwa majalah bagi mereka masih memiliki nilai tersendiri dengan penilaian masing-masing sesuai yang dibutuhkan setiap individunya, dengan tingkat rasa minat baca yang berbeda-beda serta tingkat keingin tahunya masing-masing.

2. Makna Glamor dan Elegan Bagi Anggota Hijabie Community

a. Audience Sebagai Produsen Makna

Pembaca kerap kali didengar dalam kajian ilmu komunikasi dan juga sering diidentikan dengan istilah khalayak atau audience, istilah audience untuk masing-masing media massa berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Hal ini pula disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media massa tersebut. Misalnya : media massa cetak (majalah), Koran menyebut audience dengan istilah pembaca, media televisi menyebut audience sebagai pemirsa atau lebih pada penonton, dan media massa radio menyebut audience dengan istilah pendengar atau listener dan begitulah perbedaan dalam penyebutan audience dari masing-masing media.

Audience disini dianggap sebagai khalayak aktif, oleh sebab secara kultural pembaca bukanlah orang yang bodoh, melainkan aktif sebagai produsen makna

aktif. Jadi, setiap khalayak akan menghasilkan makna berbeda. Karena sebuah makna diproduksi awal mulanya oleh media itu sendiri dengan makna bentukan, kemudian didistribusikan melalui program konsep media dalam bentuk bahan bacaan yaitu media cetak majalah, dan akhirnya makna tersebut diproduksi oleh pembaca sebagai audience penikmat atau penkomsumsinya.

Pada subjek yang ada, pemaknaan glamour dan elegan mengenai foto fashion di majalah dewi dan harper's bazaar keenam subjek memaparkan beberapa dari subjek serempak jika sesuatu yang glamour itu mewah, berlebih-lebihan terkesan norak atau mencolok, dengan pembawaan yang ribet , dengan terllu banyak aksen dan aksesoris yang menumpuk, glamour juga hanya cocok untuk beberapa kalangan dan sesuai event-event tertentu, kemudian juga busana yang glamor itu identik dengan manik- manik, payet, tambahan dititik bagian sana dan sini pada pakaian yang terlihat tidak leluasa untuk dikenakan.

Secara keseluruhan pandangan hampir senada dan serentak menyatakan hal yang sama tentang makna glamour dan juga elegan sesuai opininya masing-masing terkhusus terkait foto fashion pada majalah dewi dan juga harper's bazaar, maka dapat disimpulkan bahwa glamour dan elegan dalam foto fashion itu cukup mengundang banyak orang untuk tertarik melihatnya dan membelinya meski lebih banyak kecenderungan dari subjek memilih condong pada elegan dengan adanyanya hasil ini guna mengishlahkan segala sesuatu yang memang kurang sehingga mungkin nantinya dari sekian penilaian dan pemaknaan audience ini mampu melahirkan konsep-konsep foto yang proporsional dan lebih spektakuler bagusnya.

B. PEMBAHASAN

Peneliti akan memaparkan fokus dari penelitian in yaitu makna glamor dan elegan dengan persepsi anggota komunitas Hijabie Yogyakarta. Terhadap foto fashion dalam majlah dewi dan harper's bazaar. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif, teori fotografi, teori majalah, teori persepsi, teori khalayak, kemudian teori glamor dan elegan. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian natural karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah dan juga penelitian kualitatif itu selalu menghasilkan suatu hasil yang dijabarkan dalam bentuk deskripsi atas hasil penelitiannya.

Pada penelitian ini, peneliti tertuntut untuk dapat menggali data berrdasarkan apa yang ada pada fakta dilapangan baik dari kalimat yang terucap oleh narasumber, segala rasa yang dirasakannya serta sikap yang dilakukan oleh subjek sumber data/narasumber. Pada penelitian ini peneliti mendapat keharusan untuk menuangkan tulisan sesuai dengan apa yang ada pada realita lapangan dan sesuai penemuan bukan apa yang ada pada pikirannya yang diutarakan sumber data pada peneliti sesuai yang dipikirkan oleh subjek sumber data (dalam Strauss & Corbin, 2013 :163).

1. Deskripsi Informan Penelitian

1.Atika Maulida (Ibu Rumah Tangga)



Informasi yang peneliti dapat tentang ibu muda ini, beliau dikenal dengan panggilan tika atau mbak tik, berprofesi sebagai mahasiswi, ibu rumah tangga, wirausaha, menjabat sebagai ketua komunitas hijabie atau bisa dikatakan beliau sebagai penanggung jawab satu yang juga merangkap sebagai divisi entrepreneur. Beliau berasal dari Bantul, Yogyakarta.

Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara yang bernama mbak tika ini merupakan informan paling sulit untuk dijumpai oleh karena kesibukannya yang luar biasa padat.

Saat tiba saatnya, peneliti kali pertama mewawancarainya kemudian saat senggang waktu kami berdiskusi sedikit mengenai komunitas Hijabie Community baru setelahnya masuk pada topik utama yaitu semua yang terkait dengan penelitian. Beliau sangat antusias untuk membantu peneliti menyelesaikan tugas akhir ini, dan siap siaga untuk memberikan informasi apapun yang peneliti butuhkan kapan saja. Wah, sungguh gembira hati penulis saat itu, dengan tanda kutip asalkan tidak mengganggu kesibukannya dalam sehari-hari. Dengan penampilan yang ramah, anggun, baik hati, tegas, humoris, cantik, terlihat sumringah.

Saat pertama kali peneliti menjumpainya. Beliau bersedia menjawab semua pertanyaan yang diajukan peneliti. Ditengah sesi wawancara sedikit ada perasaan canggung dalam diri peneliti karena peneliti hanya sebatas kenal tidak begitu akrab disisi lain peneliti segan sebab peneliti tak begitu mengenal beliau sebelumnya.

2. Evy Hidayani (Designer)



Informasi yang peneliti dapat tentang informan ini, beliau dikenal dengan panggilan mbak evi, berprofesi sebagai mahasiswi yang baru saja menyelesaikan studinya di sekolah model milik HCY (Hijabie Community Yogyakarta) yang bernama HMS (Hijabie Modeling School).

Mbak Evy berkarir sebagai praga busana, designer dan juga wirausaha. Awal masuk menjadi member hijabie 2014 akhir dan sekarang menjabat sebagai bendahara dikomunitas HCY. Informan kedua yang peneliti wawancarai ini cukup berkesan peneliti merasa senang sebab pada saat peneliti menjumpainya dan direspon baik meski sepertinya terlihat sibuk hari itu, dengan segudang kesibukannya yang peneliti saksikan langsung didepan mata sendiri, beliau tetap meluangkan waktunya dan berkenan untuk diganggu. Beliau sosok yang kalem dengan senyumnya yang elok, anggun dan ramah meski tidak seekspresif informan pertama dalam bercerita. Dengan ringannya beliau mempersilahkan untuk langsung diwawancarai. Peneliti mengutarakan bahwa kedatangannya bertujuan untuk mewawancarainya dan beliau pun langsung meng-iyakan untuk menjawab semua pertanyaan dari peneliti. Kemudian peneliti berbincang dengan waktu yang disediakan dengan menyesuaikan jam kerjanya.

3. NW (Mahasiswi UIN,2011)

Informan ketiga yang peneliti wawancara berinisial dengan panggilan terkenalnya w****. Peneliti memiliki kesan tersendiri untuk informan yang satu ini, sungguh luar biasa menggembirakan sekali bisa jumpa dengannya.

Beliau sosok yang menginspirasi, serius dan lugas meski peneliti belum banyak mengenalinya. Ketika peneliti mengajak beliau untuk mulai berdiskusi dengan obrolan santai sampai dititik beliau menjawab dengan jawaban yang membuat peneliti terdiam dan terkagum oleh jawabannya dengan ringannya beliau merendah diri dan mau membantu peneliti menjawab semua pertanyaan yang peniliti lontarkan secara langsung.

4. Nidha Farida (Model)



Informasi yang peneliti dapat tentang informan ini, beliau dikenal dengan panggilan nida, berprofesi selain sebagai mahasiswi, beliau seorang model dan juga MUA di Yogyakarta, asalnya dari Jayapura, Papua.Informan ke - empat yang peneliti wawancarai ini luwes sekali orangnya sangat menyenangkan dengan respon dan antusias yang begitu baik oleh sebab subjek informan ini senang bercerita, beliau juga sosok yang anggun, ramah, baik dalam bertutur, baik dalam bersikap. Dengan senang hati beliau mempersilahkan peneliti untuk mewawancarainya dan langsung beliau iya-kan serta berkenan menjawab semua pertanyaan yang peneliti lontarkan kepadanya, beliau pun mempersilahkan untuk menghubunginya lagi jika masih ada informasi yang kurang dengan memberikan alamat rumahnya secara lengkap.

5. Syahida Tinna (Make Up Artist)



Informan kelima yang peneliti wawancarai memiliki nama lengkap Syahida tinna Khadyja, beliau merupakan mahasiswi Universitas Teknologi Yogyakarta jurusan Arsitektur atau disebut perencanaan bangunan, beliau juga seorang model di Hijabie modeling school, kesibukan pekerjaannya lebih cenderung pada Makeup Artist khususnya area Makassar dan Yogyakarta, beliau merupakan salah satu member HCY yang masuk di tahun 2016 dan mulai aktif di tahun 2017 , perkerjaan sampingan ialah sebagai fashion stylist di Haisha Indonesia. Beliau aktif sebagai member hijabie di divisi makeup specialis makeup fantasy.

Informan ini orangnya cukup baik, dengan bermacam ekspresi saat diwawancarai ada saja tingkahnya yang mengilitik peneliti untuk tertawa meskipun begitu, beliau tetap menjawab dan merespon pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti secara baik dan berurutan sesuai dengan topik pertanyaannya. Suasananya berkesan nyaman dan akrab.

6. Amalia Devita (Public Speaker dan Model)



Informan terakhir yang peneliti wawancarai bernama Amel, dengan nama lengkapnya Amalia Devita Risky Wulandari, berasal dari Purwodadi dan lebih sering menetap di Jakarta, ia merupakan salah satu member HCY yang masuk di tahun 2017 tepatnya di bulan oktober, ia aktif sebagai model, publik speaker dan masih menyandang status mahasiswi di salah satu kampus ternama Yogyakarta.

Informan terakhir ini peneliti jumpai dengan mendatangi kediamannya, berlokasikan di Padma Residence, Kasihan-Bantul. Mungkin terkesan agak canggung sebab peneliti sebelumnya tidak mengenali subjek secara langsung dan hanya tahu beliau memang member yang cukup aktif di setiap acara komunitasnya tetapi saat setelah banyak berbincang-bincang ternyata beliau orang yang asyik, seru, lucu dan cukup luwes. Tetapi peneliti merasa memiliki batasan tertentu mungkin karena menjumpainya dirumah kediamannya yang mana ada kerabat keluarganya jadi serasa segan.

1. Deskriptif Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data hasil penelitian ini didapatkan melalui pendekatan wawancara secara langsung dan mendalam pada kurun waktu sekitar 4 - 5 bulan. Seluruh informan atau subjek yang melakukan wawancara adalah anggota aktif komunitas Hijabie Yogyakarta. Berdasarkan penafsiran dari wawancara terhadap enam orang subjek yang sama.Mereka semua merupakan anggota komunitas Hijabie. Ke - enam subjek tersebut ditentukan lebih dulu dengan meminta ijin kepada ketua komunitas yang mana setelah ketua mengiyakan ijin penelitian peneliti maka, secara langsung beliau memberikan nama-nama member yang disarankan untuk di wawancarai. Setelah melakukan wawancara, ditemukan beberapa kecenderungan baik kesamaan ataupun perbedaan menarik mengenai persepsi atau juga interpretasi ke - enam subjek atas makna glamour dan elegan yang terdapat pada foto fashion majalah dewi dan majalah harper’s bazaar yang sebagaimana kami jabarkan berikut ini.

Sebagaimana dipaparkan diatas bahwa persepsi menentukan sebuah proses interpretasi pemaknaan dalam mencapai hasil. Sebab dalam teori persepsi ini memfokuskan bagaimana khalayak memaknakan glamor dan elegan ini sesuai dengan pengalaman pribadinya perihal suatu objek, kejadian yang telah dialami atau adanya hubungan- hubungan yang didapat dengan cara menyimpulkan informasi yang telah diterima dan ditangkap oleh subjek yang dari hasil tersebut

terjadi pengolahan pesan sehingga kemudian menghasilkan penafsiran pesan yang berbeda bagi setiap individunya. Persepsi juga secara kontekstualnya mempengaruhi cara khalayak membaca media.

Persepsi juga timbul oleh karena adanya respon stimulus, stimulus ini diterima dan kemudian akan melalui tahapan-tahapan yang cukup kompleks, awal mula mulai dari masuk ke dalam pemikiran, diartikan oleh pikiran, ditafsirkan, lalu kemudian diberi makna oleh si penafsir. Sehingga, mampu menghasilkan persepsi yang berbeda-beda meski disebagiannya memiliki kesamaan dalam memaknai. Persepsi dipengaruh oleh beberapa faktor diantaranya: faktor perhatian, fungsional dan structural. Penulis telah memaparkan bahwa perhatian merupakan proses mental dengan mekanisme pengaktifan stimulus yang peristiwanya diperlihatkan dengan kesadaran stimulus yang pada saat bersamaan stimulus lainya melemah. Factor perhatian bias terjadi disaat seseorang sedang berkonsentrasi dan sengaja mengkonsentrasikan dirinya menggunakan salah satu panca indera yang dimilikinya, lalu kemudian mengesampingkan masukan apapun yang bisa mempengaruhi fokusnya baik dari faktor internal ataupun eksternal yang ada disekitarnya.*"Untuk penjabaran faktor internal dan juga faktor eksternal sebagai berikut: internal, sesuatu yang dipengaruhi atensi layaknya faktor biologis seperti: rasa haus, rasa lapar, rasa lelah, dan sebagainya;"*

Faktor sosial budaya seperti: tinggi, pendek, cacat tubuh dan lain sebagainya; dan juga faktor psikologis seperti: kemauan, keinginan, motivasi, dan lain sebagainya. Semakin besar volume perbedaan pada aspek – aspek tersebut maka semakin besar hasil persepsi yang akan didapat dari setiap masing – maisng individu/ setiap kepala. Faktor lainnya ialah faktor eksternal, yang didalamnya meliputi seluruh. *"Atribut objek yang dipersepsi seperti: intensitas, kebaruan dan perulangan objek yang dipersepsi."*

Untuk faktor atensi itu sendiri dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor fungsional. Yang berasal dari kebutuhan, kegembiraan/ suasana hati, pengalaman masa lalu, serta apa-apa yang kita sebut dengan factor-faktor personal yang berisi-kan pengalaman, motivasi dan kepribadian (dalam Couto & Alizamar, 2016 : 52).

Pembaca atau *reader* secara dominan aktif bebas dalam melakukan interpretasi dan memaknai pesan-pesan yang didapatnya dengan bebas juga menafsirkan serta memaknainya, walaupun pesan tersebut sebenarnya sudah

dikehendaki oleh media atau si pembuatnya. Dengan kata lain, pembaca memiliki kekuatan untuk menafsirkan apa-apa yang ada pada teks baik visual maupun tulisan tetapi sebaliknya teks dan gambar visual ini pun mempunyai kekuatan untuk membatasi pemaknaan dari pembaca yang ada. Meski demikian, pesan yang disampaikan oleh komunikator atau pengirim pesan tetap memiliki arti makna lebih dari satu oleh sebab perbedaan dalam pengolahan informasi yang ditangka oleh setiap penerima pesan.

Karena tidak semua pembaca melakukan pemaknaan pesan yang sesuai dengan yang dikehendaki oleh si pengirim pesan (komunikator). Secara singkat, adanya proses pengolahan informasi yang awal mula informasi yang didapat disimpan dahulu di *sensory storage* (gudang indrawi), kemudian masuk pada STM (*short – term memory*) yakni memori jangka pendek; bisa jadi kemudian dilupakan begitu saja atau tersimpan pada LTM (*Long –Term Memory* sebab otak manusia dianalogikan layaknya computer dengan memori yang tak terhingga dan tanpa batas (dalam Couto & Alizamar, 2016 : 65) .Hal ini bias diartikan bahwa setiap individu dan perseorangan manusia bisa dengan bebas serta aktif untuk menginterpretasikan semua gambar visual yang terdapat pada media menggunakan proses pemberian makna atas pemahaman individual/ masing-masing orang sesuai dengan apa yang telah dilihat pada realita dalam dunia kehidupan pada umumnya. Secara ideal keseluruhan elemen dalam ditemukan dalam sosok seorang pembaca media baik majalah atau media cetak. Oleh karenanya, pandangan dan produksi makna penafsiran dari responden sangatlah menentukan bagaimana khalayak atau pembaca menaruh pandangannya terhadap makna yang diciptakan oleh media melalui rubriksitas yang terdapat pada kolom-kolom majalah.

Tak terlepas dari dua kata sifat yang peneliti fokuskan dalam objek yaitu glamour dan elegan yang sangat terikat dalam kajian ilmu rancang busana/tata busana namun, kata glamour dan elegan merupakan dua kalimat yang mempunyai makna yang sangat berbeda. Makna glamour dalam dunia fashion/mode yakni busana yang berdesainkan dengan ditandai dengan adanya siluet tubuh pada pakaian contohnya, adanya padding yang sengaja ditonjolkan pada bagian-bagian tertentu semisal, pada bagian bahu dan busana ini cenderung dibuat longgar. Busana busana yang di desain glamour pada umumnya sering kali ditemukan adanya permainan detail yang cukup banyak dan cukup rumit serta adanya aksen yang berukuran besar seperti, manik – manik, kancing-kancing serta

paduan warna yang dibuat kontras. Tetapi untuk busana elegan biasanya berbanding terbalik dengan desain busana glamour dan biasanya dibedakan untuk pangsa pasarnya glamour umumnya masuk pada golongan menegah ke atas. Bertolak belakang dengan artian elegan yang bermakna dengan elok, rupawan, rapi, anggun, terkesan lebih sederhana dengan tampilan tidak terlalu banyak detail dan aksen berlebih, terlihat memukau tanpa adanya pemborosan berlebih.

Dari hasil wawancara yang didapat dari enam subjek terdapat beberapa pola pemikiran yang relatif sama mengenai persepsi anggota Hijabie Community atas makna glamour dan elegan pada foto fashion di majalah dewi dan majalah harper's bazar, yakni sebagai konstuksi makna yang berbeda antar subjek satu dengan yang lainnya. Hanya saja, pemaknaan konten dari masing-masing subjek perbedaan yang cukup mendasar. Dan akan peneliti jawabkan sesuai dengan kategori masing- masing, sebagai berikut :



Gambar 3.6. *Majalah Dewi & Harper's bazaar.*

A. Intensitas Pengkomsumsi Majalah Wanita

Subjek pertama, Atika menitikberatkan pandangannya terhadap pengalamannya terlebih pada apa yang ia rasakan dan alami secara langsung mengenai tingkat keseringannya dalam membaca majalah khususnya majalah wanita.

> *“ Iya dulu sempet mbak,,, tapi kesini-kesini gak sesering dulu. lagi juga udah susah waktunya. Karena harus urus toko, urus anak-anak, urus komunitas, urus rumah juga.”*

Pernyataan diatas mengidetifikasikan bahwa dirinya tidak lagi menjadi pelanggan setia seperti dimasa mudanya subjek pertama mengeluh akan perubahan pola hidupnya oleh sebab kesulitan untuk meluangkan waktu untuk membaca walau hanya sekedar hiburan untuk dirinya dikarenakan kendala harus mengurus pekerjaan, urusan rumah tangga, dan juga kepentingan komunitas yang subjek pertama dirikan.

Begitu juga subjek ke- dua, Evy menitik beratkan di hal serupa. yaitu pengalaman yang sama hanya berbeda keluhannya dalam waktu luangnya. *“Gak terlalu sering tapi ya lumayan lah pernah mbak karena sibuk kerja sama tugas kuliah juga dulu.”*tuturnya.

Subjek ke- tiga, novi menjelaskan hal serupa tetapi ia berbeda dengan subjek pertama dan ke- dua, karena subjek ke- tiga mengeluhkan oleh sebab kurangnya waktu maka ia lebih memilih untuk beralih dari majalah ke sosial media ketimbang meluangkan waktu untuk membaca majalah.*“Iyah mbak tapi udah jarang mbak karena apa-apa lebih menarik buka IG (Instagram) sekarang kan gitu.”*

Begitu juga dengan narasumber ke- empat, Nidha ia memilih untuk beralih dari majalah tetapi bukan ke media sosial melainkan kepada majalah dalam versi yang berbeda dan beranggapan bahwa majalah versi digital bisa lebih ia jangkau ketimbang harus membaca dalam bentuk cetaknya di jaman ini.

> *“Kalo cukup sering sih gak juga ya mbak, rata-rata saya sekarang menemukannya di salon-salon aja mbak. Kalo dulu waktu dirumah sih iyah. Semenjak kuliah sih berkurang mbak. Tapi kalo versi digitalnya*

mungkin iya. Saya baca kalo misalnya lagi santai, lagi disalon, di skincare yaa gitu- gitulah mbak."

Sama persis dengan subjek ke-lima, Syahida Tinna ia pun memilih untuk beralih dari majalah cetak ke majalah versi digital dengan perubahan waktu yang dulunya berintensitas cukup sering sekali berubah kian kemari semakin berkurang. *"Kalo dulu saya sering banget mbak, kalo sekarang saya sudah jarang tapi untuk berlangganan majalah digital saya masih mbak."*

Namun sangat berbeda dengan subjek ke- enam, Amel ia menyukai sangat majalah cetak hingga sekarang. Dikarenakan menurutnya karena dulu ia remaja ketertarikannya pun meningkat dan memiliki kepuasan tersendiri untuk apa yang ia pilih dan memutuskan untuk tetap dikomsumsi.*"Pernah dulu gadis jaman sekolah, dan sekarang kosmopolitan dan harper's bazaar. Mungkin bisa dibilang pelanggan setia kali ya mbak saya masih simpan koleksi untuk setiap edisinya malah haha."*

Berdasarkan penuturan ke- enam subjek tersebut, dapat dipahami bahwa majalah bagi mereka masih memiliki nilai tersendiri dengan penilaian masing – masing sesuai yang dibutuhkan setiap individunya, dengan tingkat rasa minat baca yang berbeda – beda serta tingkat keingintahuannya masing-masing, dan dari keseluruhan data yang didapat terwakilkan bahwa wanita cenderung masih cukup waktu untuk meluangkan membaca majalah-majalah yang disuka/diminatinya walau ditengah -tengah kesibukan hariannya.



Gambar 3.7. *Majalah Harper's bazaar*

B. Majalah Favorit Para Pencinta Fashion

Subjek pertama, Atika menyebutkan meski ia tak lagi sempat membaca majalah serajin atau seluang seperti yang dibiasakannya dahulu, ia masih ada menyempatkan waktu luang untuk terus mengkomsumsi majalah wanita.*"Itu tuh yang dimeja. Femina, khasanah, kosmopolitan, harpers bazar lain-lainnya jarang mbak."*

Subjek ke-dua, Evy mengutarakan hal serupa lebih pada pengalaman pribadinya meski ia mengeluhkan waktu luangnya yang kurang cukup untuk hal – hal pribadinya. *"lebih condongnya ke dewi sama paras."*

Subjek ke- tiga, Novi subjek ini menjelaskan meski ia telah beralih dari media cetak majalah ke media baru seperti Instagram ia tetap mempunyai beberapa majalah yang ia sukai. *"Majalah perempuan mbak, fashion, makeup gitu judulnya paras, femina, gadis, dewi, kadang malah baca majalah ibu dan anak.haha."*

Subjek ke-empat, Nidha narasumber ini berbeda dengan yang lainnya karena peneliti cukup kebingungan akan majalah yang ia sebutkan, subjek memilih untuk tetap membaca majalah hanya tetapi dalam versi dan bentuknya saja yang berbeda yaitu dari bentuk cetak versi digital dengan alasan lebih bisa ia jangkau ketimbang harus membaca cetaknya dijaman sekarang, dan ia hanya fokus pada satu majalah yang ia senangi.*"Saya lebih suka ke majalah Khasanah"*

Subjek ke-lima, Syahida Tinna informan ini hampir sama dengan subjek ke-empat ia pun memilih beralih dari majalah cetak ke majalah versi digital dengan perbedaan jika subjek ke- empat lebih sering membaca majalah pada saat santai seperti: sedang disalon, skin care, bersantai dirumah dan waktu lainnya diluar aktivitas harian. Lalu, subjek ke-lima meski sudah beralih dalambentuk versi majalahnya ia menjelaskan bahwa kian kemari semakin berkurang dalam menikmati majalahnya.*"Femina mbak, Paras juga mbak."*

Subjek ke-enam, Amel informan ini ia sangat menyukai majalah cetak hingga sekarang. Oleh sebab menurutnya dulu ia masih masa remaja ketertarikannya pun meningkat dan memiliki kepuasan tersendiri untuk apa yang ia pilih untuk tetap dikomsumsi dan pilihannya untuk tetap menjadi penikmat majalah memang telah ia lakoni sejak masa remajanya.*"Pernah dulu gadis, dan sekarang kosmopolitan dan harper's bazaar. Mungkin bisa dibilang pelanggan setia kali ya mbak saya masih simpan koleksi untuk setiap edisinya malah haha."*

Berdasarkan penuturan ke - enam subjek tersebut, dapat dipahami bahwa majalah bagi mereka masih memiliki nilai serta kepuasan tersendiri dengan penilaian masing-masing sesuai yang dibutuhkan dan kebutuhan atas setiap individunya, dengan tingkat rasa minat baca yang berbeda-beda serta tingkat keingin tahuannya yang berbeda pula bahan bacaannya. Kemudian peneliti menarik lurus terhadapa intensitas minat baca secara keseluruhan, bahwa dari subjek informan yang telah peneliti wawancarai bacaan favorit yang masih digemari dari majalah wanita di Indonesia jatuh pada majalah Dewi, Paras, Khasanah, Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Gadis, dan majalah wanita khusus Ibu dan Anak.

C. Bahan Bacaan Dalam Pilihan Mereka Si Fashionista

Subjek pertama, Atika memberatkan bahwa segala sesuatu yang menarik dalam pandangannya maka menarik juga untuk dibaca, dan subjek berkata terkadang hanya dari covernya saja ia bisa langsung membeli untuk menjadikan

majalahnya sebagai bahan bacaan untuknya.*"Ya kalo aku sih apa-apa yang menarik dimajalah ya tak baca, malah kadang dari covernya doang juga udah ku beli haha gitu sih mbak."*

Subjek ke-dua, Evy dengan singkat ia menjelaskan bahwa ia lebih cenderung melihat bahan bacaannya lebih pada isi atau konten majalah tersebut tetapi kembali lagi pada kesenangan yang subjek sukai. Maka, ia memiih untuktetap mengikuti edisi-edisi majalah yang ia nantikan terbitnya.*"Gak gimana-gimana kalo aku suka sama majalah dan semua kontennya pasti beli mbak. Cuma karena ada dua majalah tadi yang aku lebih suka jadi, lebih sering belinya edisi edisi majalah itu mbak."*

Subjek ke-tiga, Wunny informan ini menuturkan ia lebih menyukai majalah oleh karena gambar, foto-fotonya yang menarik untuk dinikmati kemudian ia juga menuturkan alangkah baiknya jika memilih bahan bacaan dengan cara menyortir mana yang menarik dan bagus untuk dibaca kemudian mendatangkan manfaat untuk pembacanya.*" Kalo baca sebenernya g terlalu suka sih mbak Cuma seneng aja liat -liat fotonya hehe. Ya di sortir aja mana yang emang menarik dibaca sama bagus artikelnya ambil manfaatya aja mbak."*

Subjek ke-empat, Nidha informan satu ini cukup unik dengan sangat ringan ia menjelaskan caranya dalam memilih bahan bacaan yaitu dengan cara meihat covernya, membuka halaman-halamannya, lalu memilih mana yang bagusnya saja jika tidak maka dilewati saja, kemudian jika menarik dan bagus boleh saja membelinya jika tidak ya tidak perlu membelinya.

"Kalo saya sih milihnya pertama liat covernya kemudian baru dibuka hlaman –halamanya sekedar buka-buka aja, kalo misalnya ada yang bagus gitu saya baca tapi kalo ga ya saya lihat gambar gambarnya terus swipe, swipe, swipe terus sampai akhir kl emang bagus saya beli kalo ga ya nggak mbak. Di skip aja."

Subjek ke-lima, Tinna membeberkan caranya dalam memilih bahan bacaan yang lebih simpel ketimbang subjek ke – empat sebab, subjek ke – lima ini menjelaskan ia hanya membaca apa-apa yang dianggapnya menarik sesuai

dengan ratingnya dan cukup bagus dari segi artikel dan foto-foto yang disajikan majalah tersebut jika tidak menarik ia hanya membuka-buka halamannya saja.

> *"Ya saya sendiri sih gak yang baca secar keseluruhan, tapi majalah yang saya baca lebih pada ke sesuatu yang saya anggap menarik, terus lihat – lihat rate yang cukup lumayan sama gambar- gambar foto di majalah iatau artikel – artikel yang cukup lumayan seru mbak. atau kadang cuma buka – buka aja."*

Subjek ke-enam, Devita informan ini mungkin berbeda dengan informan sebelum – sebelumnya karena beliau menerangkan cukup detail kesukaannya dalam memilih bahan bacaan yang ia mau. Seperti rasa ketertarikan untuk dibaca lebih dari satu kali, konten yang bervariasi, cerita, tips, melihat info fashion terupdate dalam majalah tersebut, dari sisi rubrisitasnya yang bervariasi atau tidak atau hanay sekedar suka pada gambar-gambar foto dimajalahnya saja.

> *"Menarik dan terus tertarik untuk dibaca meski berulang-ulang kali. Coba aja mbaknya baca, pasti ketagihan wkwkwk., karena ada cerita, tips, kadang tuh ada juga fashion-fashion baju terkini, mix and match gitulah mbak. Banyak sih disitu penjabaran dan kontennya. Rubriksitasnya juga lumayan bervariasi dan banyaaak mbak, terus dilihatnya tuh keren-keren gitu tapi sering juga saya beli majalah Cuma buat liat-liat gambarnya doang haha. Apalagi waktu diasrama karena gak dibolehin pegang hp ya saya lebih sering berlangganan majalah untuk bacaan harian aja mbak. Yang penting betahlah ya di asrama hahaha..*

Berdasarkan semua penjelasan ke-enam subjek tersebut, dapat ditarik garis kesimpulan dan dipahami bahwa bahan bacaan khususnya majalah di mata mereka memiliki tingkat ketertarikan sesuai dengan menarik tidaknya cover majalah tersebut, isi konten baik artikel, tips dan triks, bagus tidaknya hasil foto-foto yang disajikan oleh fotograper mjalah tersebut, bermanfaat atau tidaknya bacaan tersebut, kemudian jika memang tidak terlalu bagus, menarik, dan tidak begitu dibutuhkan maka tidak perlu dibeli atau dibaca.



Gambar 3.8. Contoh isi majalah (majalah Dewi 2017:34)

D. Isi Majalah Wanita Bagi Para Pembacanya

Subjek pertama, Atika informan yang sudah beranak dua ini menerangkan tentang konten majalah yang menurutnya dari majalah satu dengan majalah lainnya ternilai sama yaitu berisikan, fashion, aksesoris, produk-produk ternama dan pilihan, tips, triks, artikel masak, tentang wisata perjalanan sebagai sarana refrensi liburan atau hal lainnya.*"Gak jauh, itu itu aja sih tapi ya ketagihan kali ya bacanya. Kayak fashion , asesoris, produk-produk branded yang bikin hedon haha,tips-and triks, artikel-artikel masak, jalan-jalan gitu-gitu pokoknya."*

Subjek ke-dua, Evy subjek ini menerangkan dengan keterangan yang hampir menyerupai dengan subjek pertama hanya saja ia menambahkan tentang diet, kecantikan dan juga mix and match / padupadan busana seperti mencocokan satu busana dengan busana yang lainnya.*"Isinya kurang lebih ada tips-tips, mix and match, tentang fashion, diet, kecantikan, artikel, apa lagi yaaa hmmm.. itulah mbak pokoknya."*

Subjek ke-tiga, Wunny informan ini menjelaskan sesuai pengalaman membacanya dengan point yang berbeda dan mungkin hampir tidak terpikirkan

oleh kedua subjek diatas tersebut, ia menuturkan bahwa majalah berisikan tak hanya tentang wanita tetapi ada hiburan didalamnya yang cukup mengembirakan untuk pembacanya, seperti : kumpulan zodiak ;perihal: karir,cinta,hidup;menu-menu resep masakan,cara hidup sehat, tentang perawatan tubuh, tentang keintiman hubungan pasangan, gambar-gambar designer terbaru yang sedang up to date di masanya.

> *"Yang setahuku sih mbak, isiya bener-bener semuanya tentang cewek kayak misalnya tips and trik, kumpulan zodiak hari ini prihal karir, cintah, hidup, terus menu resep masakan, mix and match, tips makeup, cara hidup sehat, tentang perwatan tubuh, kadang baca juga ada tentang keintiman hubungan pasangan, baju-baju cewek, tentang ulasan produk –produk ternama, gambar-gambar designer terbaru dengan detailnya dalam berbagai corak dsb mbak."*

Subjek ke – empat, Nidha untuk informan yang satu ini membeberkan dengan pernyataannya yang membedakan dalam penjelasannya mengenai isi majalah wanita, dan ia lebih pada menegaskan bahwa majalah wanita tak hanya sekedar berisikan fashion, resep masakan, kisah perempuan, tips diet, makanan sehat dengan adanya majalah juga cukup membantu mengatasi serba serbi permasalahan yang dihadapi wanita.

> *"Kalo yang saya tahu tentang majalah wanita sih, lenbih cenderungisinya , kalo gak tentang fashion, tentang perempuan, kisah perempuan, atau gak kalo gak disitu ada tips tentang masak, hidup sehat, tips diet gitu-gitu,ala ala, makanan sehat ya pokoknya cukup membantulah ada nya majalah cukup membantu."*

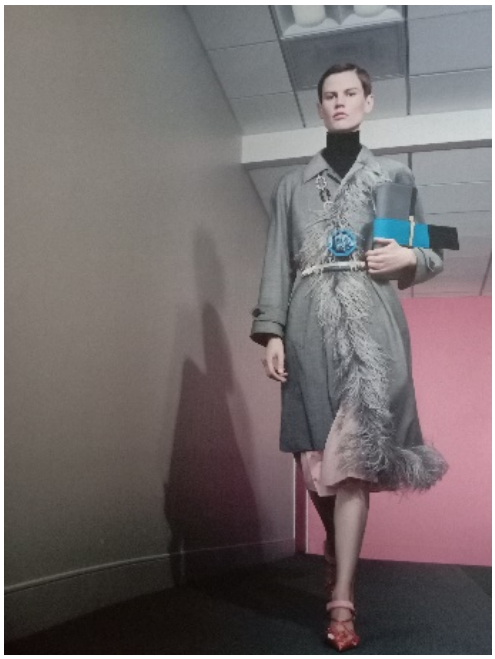
Subjek ke-lima,Tinna subjek ini agak sedikit membuat peneliti membelok sedikit dari apa yang subjek paparkan tetapi jika dipahami maksud si subjek tersebut mungkin hampir sama dengan subjek sebelum-sebelumnya diatas bedanya, ia langsung menyebutkan konten-konten majalah yang ia senangi untuk dibuka dan dibaca, seperti: list-list produk makeup, mix and match dan lainnya yang ia gemari.

"Kalo saya sih pilih-pilih ya mbak kalo buka majalah, biasanya saya langsung baca atau buka ke tips-tips kecantikan, terus ke list- list produk makeup,sama lihat tips-tips buat berpakaian itu loh hmm apa, itu mix and match berpakaian itu loh."

Subjek ke-enam, Devita informan ini sangat simpel dalam penjawabannya point yang peneliti dapatkan dari pejelasannya hanya dua yaitu : pertama, majalah berisi tentang apapun yang berkaitan dengan wanita kedua, konten majalah lebih banyak katalog pakaian dengan alasan bahwa majalah diera ini lebih diminati oleh karena gambar visualnya yang kian menarik.

"Katalog baju kali ya lebih banyak di dalam majalah, secara ya kan mbak sekarang majalah lebih diminatin karena gambar visualnya yang menarik wwkkwk apalagi majalah digital bisa kapan aja saya buka dimana saja pula. Hahha itu sih menurut saya begitu haha.. pokoknya apapaunlah semua tentang cewek pokoknya"

Berdasarkan semua penjelasan ke - enam subjek tersebut, dapat ditarik garis kesimpulan dan dipahami bahwa majalah di mata mereka memiliki konten –konten tertentu yang hampir dimiliki semua majalah wanita di tingkat nasional khususnya Indonesia hampir semua majalah wanitanya berisikan ulasan-ulasan dan rubriksitas yang satu sama lainnya menyerupai tetapi tetap mempunya pembaca dan penikmatnya masing-masing. Hasil kesimpulannya, Isi konten majalah wanita yakni : katalog pakaian, kumpulan zodiak ; perihal: karir, cinta, hidup; menu –menu resep masakan, cara hidup sehat, tentang perawatan tubuh, tentang keintiman hubungan pasangan, gambar-gambar designer terbaru, kisah perempuan, makanan sehat, : list-list produk makeup, mix and match, aksesoris, produk-produk ternama dan pilihan, dan tentang wisata perjalanan sebagai sarana refrensi liburan.

Gambar 3.9. *Contoh foto fashion glamor dan elegan (majalah Dewi 2017:45&63)*

E. Pesan Dibalik Glamor dan Elegannya Foto Fashion Majalah

Subjek pertama, Atika informan pertama yang peneliti wawancarai mengakui bahwa setiap foto yang ada pada majalah dewi dan harper's bazar memiliki pesan, ia mengutarakan bahwa itu bagus dan menjadikan pancingan untuk para fotograper majalah dalam menarik perhatian pembaca, sebab disitulah pesan nilai plusnya untuk foto-foto terlihat *eyecatching dan bervariasi seta lengkap.*

> *"Ya, bagus-bagus malah antar majalah jadi kayak ajang persaingan gitu hasil fotonya sama-sama gak mau kalah keren-keren dan eyecatching apa ya menarik semualah. Tapi saya lebih tertarik buat ini yang fashion week karena bervariasi dan lengkap."*

Subjek Ke-dua, Evy informan kedua memandang dengan penilaiannya bahwa ada banyak pesan yang terselubung dibalik sebuah foto fashion baik, glamor maupun elegan. Ia mengutarakan bahwa dari setiap foto yang ada si fotograpernya hendak menyampaikan sudut pandang yang berbeda untuk para pembaca khususnya wanita, seperti: *Just be your self /*menjadi diri sendiri, meyakinkan perempuan untuk percaya apapun yang ia kenakan itu wah, bagus,

cantik, anggun sesuai sisi mana yang ingin ditonjolkan si pemotretnya baik dari segi glaamor/elegannya.

> *"Ada. Banyak malah kayaknya. Dari foto ini si graper pengen kasih sudut pandang berbeda buat para cewek-cewek, kayak seakan just be ur self apapun yang kamu pake tuh waah, bagus, cantik, anggun yang penting pede aja tunjukin dirimu gitu. Glamor atau elegan sih sesuai sama aksen busana sama makeupnya. Dan balik lagi si graphernya ini nonjolin sisi mananya gtuh."*

Subjek ke- tiga,Wunny informan ketiga memaparkan bahwa pesan yang ada pada foto fashion majalah, tak jauh khusus kepada para wanita tuturnya jika kita menjadi wanita maka pandai-pandailah dalam memadupadankan pakaian, kemudian baginya jika kontras dalam foto fashion tersebut cukup bagus maka sang pemotret ingin kita para pembaca majalahnya kontras itu berarti cocok (sesuai) pada tempatnya jadi, elegan dan glamour kalau sesuai dengan lokasinya akan indah pada tempatnya.

> *"Pesannya sih kalo menurutku yah... g jauh kalo kita jd wanita mesti pinter miih dan memadu padankan apa yang dipakai. Terus kalo dari segi foto. Karena kontrasnya bagus berarti si fg nya tuh kepengen kita yang liat tahu bahwa apa-apa yang kontras itu cocok pada tempatnya. Elegan dan glamour kl sesuai sama lokasinya akan indah pada tempatnya. Gitu kayake mbak."*

Subjek ke 4,Nidha informan keempat berargumen pada peneliti bahwa foto fashion yang ia lihat pada majalah harpers bazar dan dewi lebih pada memperkenalkan suatu etnik budaya khususnya salah satu budaya Indonesia dengan menonjolkan beberapa sisi pada gambar seperti : bunga –bunga, tampilan bad boy, bad girl dan cenderung ke glamor terkesan karena ramainya aksesoris serta tonjolan dari segi makeup dan baju-bajunya.

> *"Yang tadi tuh dia kayak memperkenalkan suatu etnik budaya gitu, kayak ini nih yang dimajalah ini tonjolannya di motif bunga-bunga,*

terus ini gambarnya bad boy, bad girl terus cenderung ke glamor karen rame gitu kan dari segi makeup dan baju-baju yang dipoto ini."

Subjek ke-lima, Tinna informan ini beropini bahwa setiap foto memang masing-masingnya mempunyai pesannya tersendiri ia menegaskan bahwa adanya pesan dibalik foto fashion, menurutnya si pemotret foto fashion tersebut hendak memberitahu informasi kepada pembacanya tentang fashion terkini, memaparkan juga bahwa warna yang tidak senada pun bisa terlihat anggun meski tak sewarna dan kontras satu sama lainnya, ia juga menyebutkan secara detail pesan lainnya bahwa ada pesan lain yang ingin disampaikan fotograpernya yakni pengenalan kain etnik yang baginya luar biasa memukau.

Ia juga mengatakan semua pesan pada foto itu tergantung keinginan si pemotretnya sesuai sisi mana yang ingin ditunjukannya lebih,kemudian pesan yang harus di garis bawahi adalah *"Tidak ada standar tertentu untuk fashion dan kecantikan"*,tidak adanya standar kategori membedakan antara bagus/jeleknya pakaian serta pesan untuk semua wanita si penikmat majalah yaitu"*Gak usah dengerin apa kata orang,bahkan urat nadimu harus putus demi sebuah fashion."*

"Ada. Si tukang potonya ini ngasih tahu bahwa ini lo fashion terkini, ini loh warna nabrak yang bisa terlihat anggun meski gak senada bahkan tidak kontras, ini loh etnik kain yang luar biasa memukau meski dalam sebuah jepretan potret.ya yang jelas setiap foto pasti punya pesan-pesannya masing-masing sesuai sisi mana yang ditonjolkan si yang motretnya. Si dia juga nyampein kalo gak ada standar tertentu untuk fashion dan kecantikan. Terus g ada standar kategori ini masuk jelek cakepnya pakaian gitu mbak. Gak ada juga level-levelan coz fashion is all about confident. Tergantung kamunya pde gak sama dirimu sendiri terus si grapernya ii juga nyampein buat kita gak usah dengerin apa kata orang gitu loh bahkan bisa dibilang urat nadimu harus putus demi sebuah fashion. Itu sih makna dibalik fotonya menurut saya."

Subjek ke-enam, Devita informan terakhir yang menjawb peertanyaan peneliti dengan singkat sesuai opininya menurutnya oleh sebab foto fashion itu diambil dengan disesuaikan konsep jadi, sudah jelas pasti adanya pesan untuk masing-masing foto. Karena menurutnya sesuai yang ia alami setiap foto yang ia lihat pada majalah/ katalog sering kali membuat dirinya menerka-nerka apa pesan yang ada pada foto tersebut.

> "*Hmm ada sih kayaknya, kan foto sendiri diambilnya disesuaikan dengan konsep juga mbak, jadi otomatis per foto ada pesannya masing-masing. Terus kalo saya pribadi sih kayak yang kalo liat majalah atau katalog gitu , dalam hati tuh bilang ikh,, ini baju melambangkan ini and bla, bla, bla suka nyaut sendiri gitu nerka-nerka pesan dalam foto kali yaah haha..hmm gimana yaa, kayak bisa dibaca gitu meski dalam foto gitu mbak,"*

Berdasarkan semua penjelasan ke-enam subjek tersebut, dapat ditarik garis kesimpulan dan dipahami bahwa foto fashion majalah dewi dan majalah harper's bazar di mata mereka memiliki pesan-pesan tersendiri yang hampir dimiliki semua foto fashion baik pada katalog maupun majalah wanita, hampir semua informan berargumen bahwa foto fashion punya pesan sendiri sesuai dengan kontrasnya foto, sisi mana yang ditonjolkan oleh si pemotret, kemudian pesan juga dipahami oleh sebagian orang dengan cara menerka-nerka dalam benaknya masing-masing.

Hasil kesimpulannya, pesan dibalik foto fashion majalah dewi dan harper's bazar diantaranya : hendak menyampaikan sudut pandang yang berbeda untuk para pembaca khususnya wanita, seperti: *Just be your self/*menjadi diri sendiri, meyakinkan perempuan untuk percaya apapun yang ia kenakan itu wah, bagus, cantik, anggun. Pesan lainnya jika kita menjadi wanita maka pandai-pandailah dalam memadupadankan pakaian, kemudian baginya jika kontras dalam foto fashion tersebut cuup bagus maka sang pemotret ingin kita para pembaca majalahnya kontras itu berarti cocok (sesuai) pada tempatnya jadi, elegan dan glamour kalau sesuai dengan lokasinya akan indah pada tempatnya, memperkenalkan suatu etnik budaya, memberitahu informasi kepada pembacanya

tentang fashion terkini, memberikan pesan bahwa warna yang tidak senada pun bisa terlihat anggun meski tak sewarna dan kontras satu sama lainnya.



Gambar 3.10. *Contoh gambar foto fashion dan model (majalah Dewi, 2017:83)*

F. Foto Fashion Dari Sudut Pandang Para Model

Subjek pertama, Atika informan ini menjelaskan tentang bagaimana ia menilai foto fashion glamor/elegan hanya pada foto majalah baginya, jika foto itu sudah terlihat dari jarak jauh dan bagus, walau sekilas mata saja maka, akan langsung tertarik untuk memerhatikannya secara lebih dekat.

> *"Ya dari jauh aja udah keliatan kayaknya bagus, terus pasti langsu tertarik buat merhatiin banyak detailnya mbak. Menurutku sih apa-apa yang terlihat bagus dalam sekilas mata yaa itu bagus buat dilihat lebih dalam lagi. G tahu juga deng haha."*

Subjek ke-dua, Evy informan ke-dua ini memparkan argumennya bahwa glamour dan elegan merupak dua hal yang berbeda yang kian kemari sama-sama mempunyai kebutuhannya masing-masing maka menurutnya memang sudah seharusnya foto fashion itu bagus dan argumennya sama persis dengan subjek pertama dengan mengatakan apa-apa yang terlihat bagus dari kejauhan sudah pasti membuat orang penasaran untuk melihatnya.

"Gini mbak, foto sama fashion itu kan dua hal yang beda sebenenya tapi karena keduanya kian kemari makin sama -sama punya kebutuhan yang sejalur makanya harus bagus fotonya. Kalo aku sih apa-apa yang dilhat dari kejauhan meski sekilas gambarnya udah pasti penasaran pengen liat mbak."

Subjek ke-tiga,Wunny informan ketiga membenarkan bahwa jelas adanya daya tarik tersendiri untuk seseorang dalam melihat foto fashion tetapi ia lebih pada menyarankan untuk dapat membedakan antara glamor dan juga elegan dengan pertimbangan, kelayakan, kepantasan kita dalam mengenakan pakaian tersebut yang mana harus disesuaikan dengan dimana dan kemana tempat yang dituju dengan menggunakan tampilan seperti itu karena segala sesuatunya akan terlihat indah dan bagus saat sesuai dengan waktu serta tempatnya.

"Gini mbak menurutku apa-apa yang tidak terlalu menonjolkan sisi ekstrem pada peraga itu selalu buat ku tertarik buat dilihat terlebih kalo kalo bahan dan warnanya bagus.membedakan antara kedua kategori tersebut (glamor dan elegan) mbak, abis itu pastikan setiap kita lihat gambar-gambar fashion mata merhatiin otak yo mikir to , mikirin bagus gak ya kalo dipake biasa aja atau bakal aneh yaa hmm.. mungkin kayak mikir kalo pake yang banyak aksen begini bisa galomor tapi ya tempatnya dimana dan kemana dulu terus ntar mikir laggi kalo ambil yang biasa aja bisa tampil bagus juga gak yah tambahin apa yaah biar kesannya tetap wah gituu."

Subjek ke-empat, Nidha informan satu lagi-lagi menarik dalam penjawabannya ia menjawab dengan apa yang ia alami dan rasakan dengan mudah mengkategorikan glamor dan elegan dlam benaknya, menurutnya sesuatu yang ramai dan berlebihan itu sudah paten glamor dan yang simpel sederhana itu elegan. Tetapi baginya dengan adanya foto fashion dalam majalah, bisa menjaadi ruang pembelajaran untuk kalangan wanita sesuai kebutuhannya seperti: wawasan tentang fashion, inspirasi tentang makeup sehingga menurutnya setiap foto fashion mempunya makna dan tujuannya masing-masing.

"Gampang mbak. Bedain aja mana yang rame norak itu masuk glamor, mana yang simpel sederhana tapi wah itu masuk ke elegan gitu aja mbak kalo saya. lihat aja dulu, menarik, terus perhatiin deh, paling saya maknain dalam hati wah ternyata indonesia kayak akan etnik bahan yang bagus yah, makeup ini cocok yaah ternyta buat org begini ya menginspirasilah.terus nambah wawasan tentang fashion. Jadi ya setiap foto fashion punya makna dan tujuan sendiri-sendiri.

Subjek ke –lima,Tinna informan ke-lima yang peneliti wawancarai ini cukup membuat peneliti mencerna lebih dalam akan jawaban yang subjek beberkan, oleh sebab ia menerangkan bahwa foto fashion dalam majalh dewi ataupun majalah harper's bazaar ini menyerupai dan sama seperti yang sering ia lihat dalam majlah ternama yaitu majalah Vogue, dengan alasan foto fashionnya sesuai dengan tema, kemudian foto fashion yang ada dalam majlah ini seperti menyampaikan bahwa fashion dan kecantikan itu variatif dan banyak macamnya mulai dari tata rias wajahnya, alis, dan juga dalma pemilihan warna eyeshadow yang dibubuhkan.

Dengan adanya pengambilan foto yang kontrasnya juga sesuai menurutnya benar- benar memberikan pesan yang berbeda untuknya. Bahkan dengan adanya foto fashion ini, mengubah pemikirannya yang awalnya beranggapa bahwa glamour itu kampungan dan norak berlebihan ternyata glamour juga bisa saja menjadi sederhana jika dipandang memang dari kaca mata fashion. Dan menurutnya buat orang yang tidak paham dan mengerti tentang fashion mungkin akan tetap menilainya aneh dan berlebihan tetapi baginya dari foto fashionlah kita tahu bahwa itu semua bernilai seni tinggi.

"Kalo yang saya lihat yaah foto fashion di majalah ini mirip-mirip lah sama majalah vogue, terus menarik juga buat dilihat karena sesuai dengan tema nya, terus yang harpers ini beda dari yang lain, jjadi isinya itu kayak ngasih lihat kalo fashion sama kecantikan tuh gak itu – itu aja,gak harus pake alis yang tebal cantik kayak gini, eyeshadownya harus begitu atau begini, bener-bener enggak gituu mereka tuh bener-bener punya tune warna sendiri gitu loh, makanya saya suka liat acara-acara kayak gitu kkarena lebih sering variasi dan pengambilan fotonya juga unik kontrasnya juga gak norak gtuh, soalnya bener-bener ngasih

liatkita ini loh different, kayak nya bisa jadi sederhana gitu loh kayak baju yang bling-bling gitu kan biasanya kalo saya pribadi ngeliat ayak kampungan gitu kayak apaan tahu lah ya. Tapi kalo di dunia fashion gitu di mata dunia itu bener-bener wow bangets gtuh dan memukau gitu. Glamour gituh jadi penilaian saya. Terhadap baju norak bling-bling tadi langsung berubah pas ketika melihat foto fashion dan acara fashion shownya. Sama kayak makeupnya, makeupnya yang mainstream tuh makeup yang membuat kita kelihatan cantik ya mbak, tapi kalo dalam fashion kayak di run away, makeupnya tuh gak sekedar cantik,bener-bener wow banget kadang malah untuk orang lain yang menurut saya yang gak tahu dan gak begitu tertarik sama fashion pasti dia melihat ikh, apaan sih aneh. Orang itu aneh pake makeup kayak gitu padahal kan itu bernilai seni tinggi."

Subjek ke-enam, Devita informan terakhir menilai foto fashion ini lebih pada bagaiamana tim redaksi dan fotograpernya menyajikan foto fashion tersebut karena tidak jarang ia sering kali tergiur hanya melihat visualnya saja

"Saya menilai foto buat fashion itu lebih ke gimana dia nyajiin fotonya menarikbuat dibeli.karena saya tuh kadang seringnya lihat nih eh terus kok bagus yah visualnya digambar terus saya cari kontaknya ya saya beli kemudian.padahal ya tanpa di duga sih pasti ya beli dan tergantung sih kalo ada yang lucu gitu saya beli tapi kalo B aja ya saya gak beli. Saya lebih baik nahan diri ajalah. "

Berdasarkan kenam informan, dapat dipahami bahwa foto fashion dalam majalah dewi dan harper's bazaar bagi mereka masih memiliki nilai tersendiri dan juga sudut pandang makna dalam benak para model-model wanita khususunya nggota komunitas hijabie yogyakarta dengan penilaian masing-masing sesuai opini, terkaan setiap individunya, yakni : jika foto itu sudah terlihat dari jarak jauh dan bagus, walau sekilas mata saja maka, akan langsung tertarik untuk memerhatikannya secara lebih dekat, benar-benar memberikan pesan yang berbeda untuknya. Bahkan dengan adanya foto fashion ini, mengubah pemikirannya yang awalnya beranggapan bahwa glamour itu kampungan dan norak berlebihan ternyata

glamour juga bisa saja menjadi sederhana jika dipandang memang dari kaca mata fashion, foto fashion memiliki nilai seni tinggi, melalui foto fashion juga dapat membedakan antara glamor dan elegan dengan pertimbangan, kelayakan, kepantasan kita dalam mengenakan pakaian tersebut yang mana harus disesuaikan dengan dimana dan kemana tempat yang dituju dengan menggunakan tampilan seperti itu, adanya foto fashion dalam majalah, bisa menjaadi ruang pembelajaran untuk kalangan wanita sesuai kebutuhannya seperti: wawasan tentang fashion, inspirasi tentang makeup sehingga menurutnya setiap foto fashion mempunya makna dn tujuannya masing-masing.

G. Makna Glamour dan Elegan Bagi Para Pencinta Fashion

Subjek pertama, Atika informan ini memaknai glamour dan elegan dengan gamblang ia menerangkan bahwa apa-apa yang mewah sudah pasti glamor dan semua model pakaian dalam fashion biasa itu elegan sesuai dengan karakter si pemakai.

> *"Ya gampang aja mbak, apa-apa yang mewah sudah pasti glamor, ya kalo elegan menurutku sih hampir semua model pakaian bisa jadi elegan mbak sesuai karakter si pemakai tapi kalo glamor ga semuanya cocok."*

Subjek ke-dua, Evy informan ini menjelaskan bahwa glamor segala sesuatu yang terlihat ramai pada pakaian, terdapat payet dan terkesan berat. Sedangkan elegan sesuatu yang tampilannya sederhana, kalem tidak banyak detailnya dan ringan.

> *"Kalo aku sih nilainya kalo keliatan ramai gitu banyak payet dll aneh-aneh. Mungkin masuk ke glamor mbak. Soalnya kan biasanya yang glamor tuh apa aja dimasukin dan kesannya tuh berat aja liatnya. Terus kalo elegan buat ku sih simpel, sederhana, kalem gitu mbak.gak banyak detail macem-macem yang ngasih kesan ke kita jadi ringan, ya dilihat, ditela'ah, aku amatin detailnya sampe ke cahaya motretnya. Terus bikin kesimpulan antar foto kalo yang majalah dewi lebih ke glamor karen banyak produk-produk branded, terus kaloharpers bazar ini banyak ke*

elegan karena simpe tapi beberapa nunjukin glamor kayak gambar rock n roll ini."

Subjek ke-tiga, Wunny glamor menurut informan ini merupakan hal yang boleh dan sah pada tempatnya, glamour sama dengan kemewahan sesuai kalangan dan levelnya seperti perbedaan cara orang menilai jika yang melihat level rendah ke atas mungkin kita anggap glamor merupakan hal yang berlebihan tetapi untuk level sebaliknya akan menilai glamor hal yang biasa karena kesetaraan.

Glamor juga merupakan hal yang halal jika didapat secara halal yang menjadikan glamor itu tidak dianjurkan karena niat, pendapatannya dari yang kurang baik. Sedangkan elegan menurutnya, selain maknanya simpel, sederhana, kalem elegan dari pandangannya ialah ketika seseorang punya segala sesuatunya untuk dipamerkan tapi lebih memilih untuk tidak ditunjukan apa-apa yang ia punya. Jadi, elegan itu simpel, sederhana, mewah, memukau pada tempatnya dan sederhana sesuai kebutuhannya, begitulah elegan menurutnya.

"Gini mbak, glamor kalo pada tempatnya ya sah sah saja, boleh tapi kalo berlebih –lebihan menurutku ga baik mbak.intinya sih gini emewahan itu baru keliattan pas sesuai org itu memandang dari sudut mananya. Klo dari level rendah ke atas mungkin kita anggap glamour tuh Cuma buat orkay doang kl sebaliknya ya kayaknya bakal biasa aja apalagi kalo satu golongan. Malah makin biasa aja. Karena kesamaan. Nah glamour ini kan mewah ya mbak, buatku apa –apa yang mewah kalo halal ya gpp yang menjadikan itu g boleh karena niatnya,karena pendpatnnya dari yang baik atau gak, hmmm coba nanti mbak klarifikasikan yah ada beberapa ayat yang menjelaskan tentang ini. nnt aku banttuin cari juga tak wa nnt. Kalo elegan itu sendiri kan menurutku, baik di foto atau dalam dunia nyata sekalipun g masalah tapi pengertian elegan selain makna definisinya simpel, sederhana, kalem dan sebagainya seperti apa kata orang ya mbak. Elegan menurut ku bukan sekedar itu, elegan itu ketika aku lihat seseorang punya segala sesuatunya untuk dipamerin tapi milih buat gak nunjukin apa apa yang dipunya. Simpel, sederhana, mewah memukau pada tempatnya. Sederhana sesuai kebutuhannya itu elegan menurtuku."

Subjek ke –empat, Nidha glamor menurutnya sesuatu yang ramai, banyak aksesoris, pernak-pernik, manik-manik, payet-payet, terdapat bling-bling pada pakiannya dan berat serta mencolok terkesan norak dan aneh. seperti pakaian Syahrini contohnya. Sedangkan elegan itu, simpel, sederhana, sedikit detail walau ada tidak berupa manik-manik.

> *"Oh ok. Seputar glamor dan elegan ya. Kalo menurut saya glamour itu sesuatu yang sangat rame kalo dilihat, eh gini loh baju itu, dilihatnya banyak asesoris, pernak pernik, manik-manik, payet-payet berat. Syahrini nah tuh contohnya mbak.dia tuh bajunya gak ada yang pernah ada yang simpel apalagi kalo tampil dipanggung pasti ada bling-blingnya, berwarna yang mencolok, dan sesuatu yang mencolok itu aneh. Kadang dilihat bisa bagus kadang dilihat juga cenderung ke norak karna terlalu rame. Berlebihan. Kalo elegan sendiri tuh, ee,, dia tuh simpel sederhana, bajunya tuh sebenarnya kayak cuman blus doang tapi ada detail yang wah gitu ada aksen aksen apa gitu tapi gak berupa manik-manik atau apapun itu yah, tapi pas lihat itu ada kesan sendiri misal cewek liat tuh langsung wah gitu. padahalkan cuma gitu doang yah."*

Subjek ke-lima, Tinna menurutnya glamor itu sesuatu yang woow banget sampai orang tidak bisa mengutarakannya sedangkan elegan itu wow yang biasa dan tidak berlebihan. Elegan bisa jadi berubah ke glamor saat dipadukan dengan makeupnya yang memukau begitupun sebaliknya glamor bisa saja menjadi elegan saat makeup yang dikenakannya terkesan biasa saja. Tetapi untuk glamor dan elegan itu sebenarnya hanya cukup pada foto fashion saja dengan alasan bukan sebuah tuntutan seperti itu dan ia menyarankan tidak harus kolot soal penampilan karena kecantikan hati dan sikap itu diatas segala-galanya.

> *"Glamour itu ya mbak, bener-bener kayak yang wooow bangets, sedangkan elegan dia wwow tapi biasa aja dan gak berlebihan. ya apa-apa yang saya lihat wow itu ya glamour kalo yang makeupnya memukau aja menurut saya bisa masuk kategori glamour, tapi kalo yang polos dan makeupnya biasa juga ya masuk elegan sesuai yang pkai sih*

gitu aja. Terus dari outfit yang dipakai nya bagus gak tapi ya saya g bisa detail untuk spesifikasi kata makna bagus mbak, cuman pas ngeliat, eh langsung eyecatching gitu. Kadang sampai disimpen-simpen itu gambar-gambarnya saking saya sukanya. kalo menurut saya sih glamour dan elegan itu ya cukup di dalam foto fashion saja mbak. Karena bukan tuntutan seperti itu. Gak harus kita kolot dengan soal penampilan karena bagi saya kecantikan hati dan sikap itu tetap diatas segala-galanya.

Subjek ke-enam, Devita informan ini menyatakan bahwa glamor sesuatu yang berlebihan, ramai, aneh, dan mecolok tapi cocok unntuk acara-acara tertentu seperti kondangan, pesta tidak cocok untuk harian. Sedangan, elegan itu sesuatu yang terkesan kalem dengan warna-warna pakaian yang soft/lembut dan terlihat lebih percaya diri untuk tampil depan umum serta terlihat lebih cocok untuk casual dan harian.

"Menurut saya glamor tuh lebih,, gimana yah, hmm wow bangett,,terus kayak norak rame gimana gitu saya agak gak suka, terus kadang dari segi warna juga suka mecolok gitu aneh banget. Tapi kalo elega itu, kayak kalem gtu kan, lebih suka kayak gitu sih kalo saya,dan kebanyakan orang tuh cocok kayaknya kalo pake warna-warna kalem gitu, keliatan lebih pede tapi ya banyak juga yang pkai glamor terus kayak roro fitria, syahrini kali yaah hehe, kalo elegan kan cocok untuk casual dn harian juga,tapi kalo glamour tuh cocok buat event kayak kondangan, pesta,kan gak lucu kalo dipake sehari-hari."

Berdasarkan penuturan ke- enam subjek tersebut, dapat dipahami bahwa mereka memaknai foto fashion dari beberapa konteks yang beberapa dari subjek menilai sesuai dengan apa yang ia alami di kehidupannya dan sebagiannya lagi menilai foto fashion sesuai dengan apa yang dirasa lebih disukainya dan merasa lebih dapat merasakan dengan khayalan dengan ribuan terkaan masing - masing disaat membaca.

Pembaca kerap didengar dalam kajian ilmu komunikasi sering diidentikan dengan istilah audience. Istilah audience untuk masing-masing media massa berbeda antara satu dan yang lainnya.

Hal ini disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media massa tersebut. Misalnya media massa tersebut. Misalnya media massa cetak (majalah) menyebut *audience* dengan istilah pembaca, media televisi menyebut *audience* sebagai pemirsa atau penonton, dan media massa radio menyebut *audience* dengan istilah pendengar tetapi berbeda dengan media massa cetak menyebut audience dengan istilah pembaca atau *readers*.

Pembaca secara dominan, cenderung aktif bebas dalam melakukan interpretasi dan memaknai pesan-pesan yang diterimanya walaupun sebenarnya pesan tersebut dikehendaki oleh media. Yang dengan kata lain, pembaca memiliki *Power* kekuatan untuk menafsirkan teks, tetapi teks juga mempunyai kekuatan untuk membatasi pemaknaan dari para pembaca yang ada. Walau demikian, pesan yang disampaikan oleh si komunikator atau pengirim pesan ini tetap bersifat polisemi atau mempunyai arti makna lebih dari satu bahkan bisa menjadi ribuan makna sesuai masing-masing individu memaknainya.

Audience disini dianggap sebagai khalayak aktif, sebab secara kultural penonton atau pembaca bukanlah orang bodoh, melainkan aktif sebagai produsen makna yang menginterpretasikan sesuatu secara aktif. Setiap khalayak akan menghasilkan pemahaman, penegrtian, opini, argumen, makna berbeda. Sebab sebuah persepsi diproduksi awal mulanya oleh media dengan bentukan, kemudian didistribusikan melalui sebuah program marketing media atau dalam bnetuk majalah cetak maupun majalah digital, dan akhirnya pembaca pun menginterpretasikan pesan tersebut sesuai opini atau sesuai stimuli panca indranya memahami akan hal tersebut maka sebagai audience penikmat dengan bebas mereka melahirkan pemahaman-pemahaman baru diluar bentukan redaksi.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada persepsi konsep glamor dan elegan menurut para anggota HCY yang ada pada foto fashion dalam majalah dewi dan majalah harper's bazaar, dengan menggunakan model analisis persepsi. Dari hasil wawancara yang peneliti peroleh dari enam subjek, terdapat beberapa pola pemikiran yang hampir relatif sama mengenai persepsi individual atas makna glamor dan elegannya foto fashion dalam majalah dewi dan majalah harper's bazaar, yakni sebagai konstruksi makna yang berbeda antar subjek satu dengan yang lainnya. Hanya saja, persepsi konten dari masing –masing subjek memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Maka jika peneliti menggabungkan persepsi subjek secara menyuluruh

Glamor, sesuatu yang berlebihan, ramai, aneh, mecolok hanya cocok untuk acara – acara tertentu seperti kondangan, pesta tetapi glamor bisa saja menjadi elegan saat makeup yang dikenakannya terkesan biasa saja. glamor juga fashion dengan banyak aksesoris, pernak-pernik, manik-manik, payet-payet, terdapat bling-bling pada pakiannya dan berat.
Sedangan Elegan, sesuatu yang terkesan kalem dengan warna-warna pakaian yang *soft*/lembut, sedikit detail walau ada tidak berupa manik-manik. dan terlihat lebih percaya diri untuk tampil depan umum serta terlihat lebih cocok untuk casual dan harian. Elegan bisa jadi berubah ke glamor saat dipadukan dengan makeupnya yang memukau simpel, sederhana. Elegan ialah ketika seseorang punya segala sesuatunya untuk dipamerkan tapi lebih memilih untuk tidak ditunjukan apa-apa yang ia punya. Jadi, elegan dan glamor sesuatu yang simpel, sederhana, mewah, memukau pada tempatnya dan sesuai kebutuhannya .

Secara keseluruhan pandangan ke- enam subjek hampir serentak senada lebih menyukai elegan ketimbang glamor dan para subjek memiliki pertimbangan masing-masing untuk glamor dan elegannya foto fashion, yang pada intinya glamor dan elegan keduanya bagus dan layak untuk dikenakan sesuai tempat dan acaranya.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti masih memeiliki keterbatasan. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Waktu penelitian adalah keterbatasan paling sulit bagi peneliti. Karena untuk menyesuaikan waktu peneliti dan narasumber serta aksesnya kediaman narasumber yang cukup jauh dan ada beberapa narasumber yang memang tidak bertempat tinggal di Yogyakarta.

C. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang disampaikan di atas, ada beberapa saran peneliti untuk para pembaca antara lain :

1. Masih banyak ruang-ruang diskusi media cetak yang sebaiknya dijadikan objek penelitian.
2. Perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai foto fashion yang lebih efektif dan optimum sebab dalam media cetak khususnya majalah, cukup banyak bisa dimanfaatkan untuk dikaji di dalamnya, baik dari segi rubrikasi, jurnalistik, fotografi dan lain sebagainya.
3. Sebaiknya, dilakukan penelitian lanjut mengenai evaluasi persepsi yang diproduksi oleh khalayak yang bertentangan dengan produksi makna yang didistribusikan oleh media, sehingga dapat meningkatkan kualitas media massa (majalah), fotografi atau foto fashion atau bisa menjadi masukan tambahan bagai penelitian selanjutnya yang membahas tentang tata busana, proses majalah terfragmentasi di Indonesia.

Daftar Pustaka

Andanari, Runi. (2014). "Manfaat Hasil Belajar Mode Sebagai Kesiapan Menjadi Fashion Stylist Dimajalah Mode."Skripsi Sarjana, Program Studi Pendidikan Tata Busana, Departemen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. http://repository.upi.edu/13377/ (Diakses 10 September 2018.)

Angkawijaya, David. Prof. Drs. A. J Soehardjo., Budi Prasetyadi., S.Sn."Fashion Fotografi Sebagai Promosi Fashion Designer "Natalia Kiantoro," *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya Indonesia, Vol(-), (2014) http://dowload.portalgaruda.org/article.php?article=195147&val=6515&title=FASHION%20FOTOGRAFI%20SEBAGAI%20pROMOSI%20FASHION%20DESIGNER%20%C3%A2%E2%AC%C5%93. (Diakses 10 September 2018)

Aprilia, Ade. (2014). *Dian Pelangi Brain, Beauty, Belief.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Arviana, Veronica "Sejarah Fashion 1850 – 1900," *Majalah Harpers Bazaar*, 25 Oktober 2016. http://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/10/2016/2945/sejarah-fashion-tahun-1850-1900. (Diakses 10 September 2018)

Atmadja, Bawa. N., Luh Putu Sri. (2018). *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis Perspektif Teori Kritis*. Depok: Rajawali Pers.

Baran, Stanley J, & Dennis K. Davis. (2011). "*Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*." Nelson Education.hal. 169 – 170/ Baran, Stanley J dan Dennis K. Davis 2011. Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan dan masa depan. *Terj*. Afrianto Daud dan Putri Iva Izzati. Jakarta : Salemba Humanika.

Brata, Ridha Kusuma. "Fotografi Fashion & Beauty-Shot." http://www.rkusumabrata.com/post/fotografi-fashion-beautyshot.15 juli 2015 17:55PM. (Diakses 10 September 2018.)

Bungin, Prof.Dr. H. M. Burhan,S.sos.,M.Si. (2014). *Penelitian Kualitatif.* Jakarta : Kencana.

Bungin, Prof. Dr. H. M.Burhan, S.sos., M.Si. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Burhanuddin. (2014). *Fotografi.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Couto, Nasbahry., Alizamar. (2016*). Psikologi Persepsi dan Desain Informasi Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Media Akademi.

Dunlop, Knight. "The Development and Function of Clothing", *The Jurnal of General Psycology*, Vol. 1:1, Hal 64-78, DOI: 10.1080/00221309,1982.9923412.TT. https://www.tandfonline.com . (Diakses 29 Agustus 2018.)

Efendy, Onong Unchana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Esther, Jesicca. (2015). "Sampul Terbaik Versi Fimela." 23 Desember 2015. https://m.fimela.com/fashion-terbaik-style/inilah-10-sampul-majalah-fashion-terbaik-di-tahun-2015-versi-fimelacom-151222d.html. (Diakses 29 Oktober 2017)

Giwanda, Gian. (2001). *Panduan Praktis Fotografi Digital.* Jakarta: Puspa swara. Hal 2

Grazia, Maria. (2017). "The New Look Revolution. Sejarah Houte Couture," *Dior Story,* 5 Juli 2017.https://www.dior.com/couture/en_us/the-house-of-dior/the-story-of-dior/the-new-look-revolution (Diakses 18 Agustus 2018) Pukul 17.06

Haritts, Moch. (2013) "Kontruksi Sensualitas Model Perempuan Pada Komunitas " Bukan Fotografer", Skripsi Sarjana, Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, Surabaya. http://docplayer.info/34941187-Konstruksi-sesualitas-model-perempuan-pada-komunitas-bukan-fotografer.html. (Diakses 12 September 2018)

Palupi. N Indriyani.. "Sejarah Fashion Indonesia".September 2012 http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html. (Diakses 10 September 2018.)

Palupi. N. Indriyani. "Sejarah Fashion Indonesia".September 2012. http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarahfashionindonesia.html. (Diakses 20 Desember 2017).

Irawan, El-nino. (2012). 8 *Cara Cepat Bisnis Fotografi di Segala Bidang Usaha.* Bekasi Barat: PT. Sesama Sejahtera Utama. http://digilib.mercubuana.ac.id. (Diakses.28 Agustus 2018.)

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. Arti Kata Elegant/ keeleganan. https://kbbi.web.id/elegan (Diakses 20 Desember 2017)

Kasali, Renaldi. (1994). *Manajemen PR*. Jakarta: Grafiti.

Kitch, Carolyn. (2009). "Useful Memory" In Time Inc.Magazines. Summary Journalism and the popular construction of history". *Journalism Studies*,Vol. 7, No 1, (2006.) Taylor & Francis.

Lirungan, Ria (2017). "Wajah mode Indonesia." *Harper's Bazaar Indonesia.special report.* Jakarta. MRA MEDIA. https://www.pressreader.com/indonesia/harpers-bazaarindonesia/20170901/285456416286774 (Diakses 01 September 2018) pukul 17.16

Maulida, Atika. https://www.instagram.com/hijabie_community/ (Diakses 30 Agustus 2018,) pukul 14.30.

Moeloeng, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nharazee, “Keterkaitan Fashion dan Pemakainya Serta Tips Menjadi Trend Center” Agustus 2014. https://serba-serbi-dunia-fashion.weebly.com/tipsmenjaditrendcenter.html. (Diakses 22 Desember 2017)

Nugraha, Rahmadya Putra. (2016). “Fashion Sebagai Pencitraan diri dan Identitas Budaya”, *Jurnal Mengagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal.* Vol. 6: 1 ISSN 1412-3037, Januari – April (2016). www.portalgaruda.org>article>bhinekatunggalika:pencitraansemata. Dia kses 29 Agustus 2018)

Nugroho W, Novian. (2015). “Komunikasi Visual Perempuan Karir Dalam Foto Fashion (Studi Deskriptif Kualitatif Karya foto komunitas fotografi fun hunting yogyakarata)”. Skripsi Sarjana, Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. http://digilib.uin-suka.ac.id. (Diakses 12 September 2018).

Nurudin,M.Si. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa.* Jakarta: PT.Rajagrafindo

Palupi. N. Indriyani. “Sejarah Fashion Indonesia.” September 2012. http://www.desainbusana.com/2012/09/sejarah-fashion-indonesia.html. Diakses 10 September 2018

Rakhmat, Jalaludin. (2011). *Psikologi Komunikasi.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Psikologi Komunikasi.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

“Rubriksitas” Dewi Magazine. http://www.dewimagazine.com (Diakses 20 Desember 2017)

Sayhadergi. (2018) “Majalah Fashion dan Life Style” 22 Maret 2018 https://www.sayhadergi.com/5-majalah-fashion-dan-life-style-di-dunia/ (Diakses 15 September 2018)

Sedana,I Gede Artha. (2015). “Busana Tari Bali Dalam Fashion Photography” Skripsi Sarjana Jurusan Karya Seni. Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.

Sentana K, Septiawan. (2017). *Jurnalisme Kontemporer (ed2*). Jakarta:Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Strauss, Anselm., Juliat Corbin. (2013). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif Tata langkah dan Teknik-teknik Teoritisasi data. BASICS OF QUALITATIVE RESEARCH Grounded Theory Procedures and Techniques. Cetakan IV.* Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Syukron, Dawam. (2013) “Analisis Foto Jurnalistik Majalah Travel Xpose (Studi Analisis Semiotika Mengenai Foto Wisata Indonesia Dalam Rubrik Domestik Majalah Travel Xpose).” Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tortayasa, Serang. Hal 18

Terfragmentasi. https://www.apaarti.com/terfragmentasi.html. (Diakses 01 September 2018)
pukul. 21:56.

Thomas, Feri. (2006) “Teknik Fotografi”, Majalah *Hina Magazine*, 02 November 2006. http://www.hinamagazine.com/index.php/2006/11/02/dasar-dasar-fotografi/teknik-fotografi/. (Diakses pada 21 November 2017).

Wirartha, I Made. (2006). *Pedoman Penulisan Skripsi Dan Thesis.* Yogyakarta : Andi.

LAMPIRAN

1.1 Panduan Wawancara

Panduan Wawancara

1. Apakah anda sering mengkomsumsi majalah wanita?
2. Apakah anda termasuk pelangggan setia majalah bulanan? Jika iya,
3. Apa nama majalahnya?
4. Bagaimana anda memilih majalah untuk dibaca?
5. Apa yang anda tahu tentang majalah wanita?
6. Apa ada tokoh/model yang anda sukai dalam beberapa foto fashion majalah?
7. Mengapa anda menyukainya?
8. Bagaimana anda menilai suatu foto fashion itu menarik untuk dilihat?
9. Bagaimana anda menilai glamournya sebuah fashion hanya pada foto?
10. Bagaimana anda menilai elegannya sebuah fashion pada foto fashion di majalah?
11. Adakah sisi gambar pada foto yang menginspirasi anda untuk anda aplikasikan dalam berbusana?
12. Menurut anda apakah pesan glamour/elegan yang ingin disampaikan FG pada foto fashion pada majalah?
13. Apa perbedaan glamour dan elegan untuk sebuah tampilan fashion dalam foto?
14. Bagaimana anda memaknai glamour pada foto – foto di majalah Dewi,Women’s Obsession, dan Harper’s bazaar?
15. Dari keseluruhan majalah yang anda baca dan anda lihat, apa pendapat anda tentang glamor dan elegannya sebuah foto fashion?

1.1 Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara

Nara Sumber : Atika Maulida

Wawancara : 1

Waktu : 10/01/2018

Tempat : Ruko Glondongan, Banguntapan

Pewawancara: Vina Zahratul Hayat

Keterangan : T : Tanya

J : Jawab

Siang hari tepat dipukul 12:07 lepas dzuhur beliau membalas chat yang saya kirim sudah dari tanggal 7 Januari 2018. Saya diberikan waktu luang hari itu juga setelah sholat ashar di toko busananya yang berada di Banguntapan, Bantul, yk. Sesampainya saya dilokasi, saya disambut baik dengan beliau dan langsung ditanya keperluan wawancaranya untuk apa dan lain sebagainya yang akan saya jabarkan sebagai berikut dibawah ini :

T :siang mbak, halo saya vina mahasiswa uii, salam kenal bisa mulai sekarng mbak?

J :oh ya, monggo mbak. Sini- sini duduk di dalam

T :mbak tik, kalo boleh tahu nama lengkap mbak siapa ya? Hehe Cuma buat data aja kok.

J :oh , namaku atika maulida panggil aja tika

T : aslinya jogja po mbak?

J :iyah ya disini dibantul.

T :profesi sekarang apa mbak selain kuliah?

J :ibu rumah tangga, wirausaha, ya opopo dilakoni sing penting halal mbak.

T : haha sip mbak. Mbak aku tanya – tany seputar hijabie sekalian tentang skripsiku yo.

J :yoo. Monggo. Piye-piye nduk..

T :mbak hijabie tuh berdirinya kapan?

J :22 november mbak di jogja paradise jln mgelang kae. Food court.

T : sejarah berdirinya gimana mbak?

J :zaman sekarang kan semakin maju, yo wanita itu harus dapat hidup mandiri, tidak melulu bergantung sama orang termasuk suami. Wanita juga harus bisa berupaya menggali, potensi apa yang ada didirinya biar gak ketinggal arus zaman. Yang paling

penting itu kualitas moralnya dan agamanya diperdalam. Nanti sisanya kamu baca di IG Hijabie atau websitenya yah.

T : okey mbak. Oh ya mbak kalo boleh tahu nih ya mbak, hijabie tuh diambil dari kata apa hmm maksudku definisinya apa ya mbak dari nama komunitas ini?

J : tak jabarin wae yo: hijab itu kudung muslimah kan wanita wajib pake kudung. Nek bukan muslim ya gpp. Kkalo muslim wajib. Ie : itu bentuk dari plesetan kaidah boso arab dengan lambang ya yang artinya punyaku. Jadi hijabie artine my hijab. Warna ungu dan pink diambil dari sifat identitas wanita. Pink merah jambu kn kelembutan nah, ungu ini mempertegasnya. Jadi pesannya jmenjadi wanita yang lembut tetapi tegas.

T :mantaps mbak. Mbak kalo buat tuuan visi misi nya gitu ada gak?

J :yo jelas ada . tujuannya hijabie ini buat komunitas yang bisa berbagi khususnya muslimah yang punya komitmen untuk kudungan terus gak lepas –lepas. Terus komunitas ini juga sebagai salah satu upaya nunjukin komitmen mereka tadi ke dalam bertutur kata, bertindak, berpikir secara agamis dan moral yang baik. Didirikannya ini buat memperteguh komitmen agama dan sebagai tempat bersosialisasi serta mengembangkan potensi yang ada dalam pribadi masing –masing orang itu. Malah buukan Cuma itu, buat belajar tentang fashion , memberi peluang untuk belajar entrepreneurship , modeling, dan berbagai bidanglah yang masih masuk dunia perempuan, kemudian wanita muslimah berhijab, apapun latar belakngnya dengan macam ahinya semua bisa bergabung disini, kita bakal belajar sama – sama tentang banyak hal.

T :untuk program – programnya apa aja mbak?

J : oh iy ini nanti saya tuliskan saja yah baru nanti diubah – ubah sendiri kata- kata ne yo. Lanjut ke skripsimu wae takut ra nyandak waktunya soalnya aku mau ada urusan nanti sore.

T : okey mbak makasih ya mbak.

J : yo

T :mbak seing baca- baca majalah gak?

J : iyah lumayan.

T : masuk jadi pelanggan setia gak mbak?

J : iya dulu sempet tapi kesini –kesini gak sesering dulu lagi juga udah susah waktunya. Karen harus urus toko, urus anak –anak, urus komunitas, urus rumah juga.

T :kalo boleh tahu majalahnya yang sering mbak baca apa?

J :itu tuh yang dimeja. Femina, khasanah ,kosmopolitan, harpers bzar lain – lainnya jarang mbak.

T :gimana cara mbak milih bahan bacaan dimajalah?

J :ya kao aku sih apa – apa yang menarik dimajalah ya tak baca, malah kadang dari covernya doang juga udah ku beli haha gitu sih mbak.

T :nah ini kan mbak suka baca yah, yang mbak tahu isinya majalah wanita apa mbak?

J : gak jauh, itu itu aja sih tapi ya ketagihan kali ya bacanya. Kayak fashion , asesoris, produk –produk branded yang bikin hedon haha,tips –and triks, artikel – artikel masak, jalan – jalan gitu –gitu pokoknya.

T :apa ada model/ tokoh yang mbak suka dari beberapa majalah yang saya bawa ini mbak?

J :ada nih. Dewi sandra sama tadi tuh yang etnik – etnik sama gambar – gambar yang di fashion week tahun lalu.

T :kenapa mbak suka? Alasannya?

J :ya karena bagus, cakep bikin pengen jahit kayak gitu sama nyoba makeupnya haha..

T :gimana cara mbak nilai kalo foto fashion itu menarik buat dilihat?

J :ya dari jauh aja udah keliatan kayaknya bagus, terus pasti langsu tertarik buat merhatiin banyak detailnya mbak. Menurutku sih apa – apa yang terlihat bagus dalam sekilas mata yaa itu bagus buat dilihat lebih dalam lagi. G tahu juga deng haha.

T :gimana cara mbak menilai glamor Cuma lewat foto fashion kayak giini?

J :ya gampang aja mbak, apa – apa yang mewah sudah pasti glamor.

T :terus kalo elegan mbak?

J :ya kalo elegan menurutku sih hampir semua model pakaian bisa jadi elegan mbak sesuai karakter si pemakai tapi kalo glamor ga semuanya cocok.

T :ada gak sisi gambar dari foto –foto ini yang bikin mbak terinspirasi?

J :ada . nih yang model –model di koleksi fashion week bagus – bagus jadi pengen jahit terus ditampilin nanti pas acara hijabie haha tapi berapa ya modalnya.biasanya aku jahit aja lebih dari 3juta bahkan lebih mbak itu aja yang biasa to.

T :menurut mbak pesan dibalik foto fashio ini yang pengen disampein si FG ke pembaca apa ya mbak?

J :ya paling g jauh dari kata kita bisa mampu membedakan mana glamor mana elegan dari sudut pandan foto fashion majalah ini mbak. Terus g ada tingkatan beda untuk si pemakainya selama cocok dan nyaman ya silahkan aja pake.

T :bagi mbak tik, apa perbedaan keduanya?

J :nek menurutku ya, glamour itu tadi.apa – apa yang glamor sudah pasti glamor kalo elegan dia simpel dan bisa nyesuain karakter orang yang pake malah bisa ketutup watak jeleknya. Karena apa – apa yang elegan itu terlihat lebih manis aja. Kalem gitu.

T :kalo foto – foto dimajalah ini semua gimana mbak?

J :ya bagus –bagus malah antar majalah jadi kayak ajang persaingan gitu hasil fotonya sama –sama gak mau kalah keren –keren dan eyecatching apa ya menarik semulah. Tapi saya lebih tertarik buat ini yang fashion week karena bervariasi dan lengkap.

T :okey mbak cukup sampai disini. Makasih banyak ya mbak untuk waktunya nanti kalo kurang-kurang aku kesini lagi.

J :oh iya sama –sama. Eh ini kamu mbaknya langsung tak tinggal yah soalnya aku lagnsung ketoko sebelah. Hati –hati nanti kabari wae di wa yah atau line ku boleh.

Transkrip Wawancara

Nara sumber : Evy Hidayani

Wawancara : 1

Waktu :16/01/2018

Tempat : basecamp hijabie

Pewawancara: Vina Zahratul Hayat

Keterangan : T : Tanya

J : Jawab

petang sore hari saat ia kebetulan merespon chatku dan kebetulan juga saya sedang ada disekitaran area tersebut gak lama dari itu saya langsung janjian untuk menjumpainya karena malam nanti narasumber tersebut kembali mudik ke daerah asalnya di malang. Tiba saya di lokasi, dan sangat ramai oleh member – member baru yang sedang ada pemotretan. Suasana dilokasi terlihat berkubu- kubu sebagian kelompok sibuk dengan asesoris hijbnya, sebagian sibuk dengan alat makeup , sebagiannya lagi sibuk mundar – mandir memperagakan busana (latihan catwalk). Kemudian setelah sekian banyak aktivitas yang terlihat akhirnya kita berdua menyendirikan tempat untuk berdiskusi kami memulai berbincang sebagai berikut:

T :mbak aku boleh kan tahu nama identitas mbak?

J :oh iya gpp. Aku evy lengkapnya evy hidayani asliku malang mbak, kerjaan aja yang disini jadi bulak balik jogja – malang. Kebetulan setudiku juga sudah selesai jadi udah bisa difokusin.

T : mbak, jadi member hijabie dari kapan?

J : dari awal adanya hijabie mbak 2014 akhir ahun pokoknya aku lupa e mbak.

T :okey mbak, mbaknya divisi apa di hijabie?

J :bendahara mbak tapi saya sempat jadi miss hijabie juga sih sebelum jadi pengurus hehe.

T :mbak aku langsung tanya ke topik penelitian ku yah, kalo boleh tahu seberapa sering mbak komsumsi majalah ?

J :gak terlalu sering tapi ya lumayan lah pernah mbak.

T : oh lumayan mbak, mbak masuk pelanggan setia majalah gak nih?

J :iya beberapa aja, yang aku suka.

T :majalah apa mbak lebih condongnya

J : lebih condongnya ke dewi sama paras.

T : waah kebeulan aku bawa majalah dewi juga nih mbak sama yang lainnya juga. Btw gimana cara mbak memilih bahan bacaan majalah?

J :gak gimana – gimana kalo aku suka sama majalh dan semua kontennya pasti beli mbak. Cuma karena ada dua majalh atdi yang aku lebih suka jadi lebih sering belinya edisi edisi majalah itu mbak.

T : apa yang mbak tahu tentang majalah perempuan?

J : isinya kurang lebih ada tips- tips, mix and match, tentang fashion, diet, kecantikan, artikel, apa lagi yaaa hmmm.. itulah mbak pokoknya.

T :oh iya mbak kan udah liat tadi majalahku, ada gak model atau tokoh yang mbak suka?

J : ada. Marini zumarnis di fashion week sama dewi sandra di brand makeup wardah.

T : alasannya mbak?

J :cantik, proporsional, semampai jadi pakai apa aja cocok kemudian untuk dewi sandra aku suka aja gaya makeupnya elegan.

T :gimana car mbak nilai foto fashion itu menarik buat ditengok?

J : gini mbak, foto sama fashion itu kan dua hal yang beda sebenenya tapi karena keduanya kian kemari makin sama –sama punya kebutuhan yang sejalur makanya harus bagus fotonya. Kalo aku sih apa – apa yang dilhat dari kejauhan meski sekilas gambarnya udah pasti penasaran pengen liat mbak.

T : oh gitu mbak, gimana cara mbak menilai foto fashion ini masuk ke glamor dan yang ini ke elegan atau sebaliknya?

J :kalo aku sih nilainya kalo keliatan ramai gitu banyak payet dll aneh – aneh. Mungkin masuk ke glamor mbak. Soalnya kan biasanya yang glamor tuh apa aja dimasukin dankesannya tuh berat aja liatnya. Terus kalo elegan buat ku sih simpel, sederhana, kalem gitu mbak.gak banyak detail macem – macem yang ngasih kesan ke kita jadi ringan.

T :ada gak sisi foto yang bikin mbak terinspirasi gitu?

J :ada mbak. Kayak gambar di majalah dewi yang fashion week ini gaun – gaunya bagus mbak. Kalem kalem warnanya jadi keduanya dapat elegan tapi kalo dikasih aksen lebih dikit aja bisa jadi glamor dan mewah gitu. Aku jadi pengen nyobain bikin gitu liatnya.

T :menurut mbak ada gak pesan glmor/ elegan yang pengen disampein si FG di foto foto fashion ini mbak?

J :ada. Banyak malah kayaknya. Dari foto ini si graper pengen kasih sudut pandang berbeda buat para cewek – cewek, kayak seakan just be ur self apapun yang kamu pake tuh waah, bagus, cantik, anggun yang penting pede aja tunjukin dirimu gitu. Glamor atau elegan sih sesuai sama aksen busana sama makeupnya. Dan balik lagi sigarpernya ini nonjolin sisi mananya gtuh.

T : gimana mbak memaknai glamor / elegan di majalah – majalah ini mbak?

J :ya dilihat, ditela'ah, aku amatin detailnya sampe ke cahayamotretnya. Terus bikin kesimpulan antar foto kalo yang majalah dewi lebih ke glamor karen banyak produk – produk branded, terus kaloharpers bazar ini banyak ke elegan karena simpe tapi beberapa nunjukin glamor kayak gambar rock n roll ini.

T :dari semuanya nih mbak, apa perbedaan glmor dan elgan ,menuurut mbak?

J :mbak ambil kesimpulan dari yang aku jabarin tadi aja, kayaknya aku baakal jawab sama ini aku mau urus kerjan ku dulu gpp yah?

T : okey okey mbak makasih ya mbak.

J : maaf yah . sukses buat skripsinya. Duluan ya..

Trankrip Wawancara

Nara sumber : Novy wunny

Wawancara :1

Waktu : 1201/2018

Tempat : UIN sultan Kalijaga.YK

Pewawancara: Vina Zahratul Hayat

Keterangan :T= Tanya

J= Jawab

Siang sekitar selesai sholat dzuhur saya menunggu di masjid kampus UIN karena sudah janjian dari malam sebelumnya, maka saya hanay tinggal menunggu konfirmasinya, kemudian setelah dapat infonya saya menghampirinya dihalam depan masjid kami bersalaman berkenalan kemudian mencari posisi enak untuk berbincang. Suasana siang itu sepitak begitu ramai mungkin bisa jadi karena dijam kampus yang mulai sibuk dengan kegiatan kelas. Setelah dapat tempat nyaman kami memulai sesi wawancara sebagai berikut :

T :mbak saya mulai tanya dari identis mbak yah, boleh tahu nama legkap dan asal mbak?

J : iya mbak aku novy wunny panggil aja wunny. Asliku magelang mbak.

T : kalo boleh tahu mbak termasuk member hijabie atau hms mbak?

J :iya member mbaak, baru kok bbrp bulan ini akhir 2017 sekitar septemberan mbak

T : owalah baru toh, yaudah aku langsung ke pertanyaan penelitianku yo mbak, mbak pernah atau penkomsumsi majalah gak mbak?

J :iyah mbak tapi udah jarang mbak karena apa – apa lebih menarik buka IG sekarang kan gitu.

T :yang sering mbak baca, majalah apa mbak?

J :majalah perempuan mbak, fashion, makeup gitu judulnya paras, femina, gadis,dewi, kadang malah baca majalah ibu dan anak.haha..

T :ealah. Terus giman cara mbak tuh buat milih bahan bacaan majalah gitu mbak?

J ; kalo baca sebenernya g terlalu suka sih mbak Cuma seenng aja liat –liat fotonya hehe. Ya di sortir aja mana yang emang menarik dibaca sama bagus artikelnya ambil manfaatya aja mbak.

T :oh ya mbak, kan mbak udah banyak baca majalah tu yang tadi mbak sebutin, nah kalo aku boleh tahu isi majalah perempuan tuh apa aja mbak?

J :yang setahuku sih mbak, isiya bener –bener semuanya tentang cewek kayak misalnya tips and trik, kumpulan zodiak hari ini prihal karir, cintah, hidup, terus menu resep masakan, mix and match, tips makeup, cara hidup sehat, tentang perwatan tubuh, kadang baca juga ada tentang keintiman hubungan pasangan, baju-baju cewek, tentang ulasan produk –produk ternama, gambar –gambar designer terbaru dengan detailnya dalam berbagai corak dsb mbak.

T :apa ada tokoh/ model yang mbak suka di majalah ini?

J :ada dewi sandra sama semua model di fashion week ini bagus –bagus keren –keren designnya.

T :alasannya apa mbak?

J :gak mencolok dan gak nonolin sesuatu yang norak atau mengundang orang untuk fokus ke dia terus makeupnya juga gak dibuat menonjo jadi kita yang lihat juga enak karena fokus ke baju- baju yang diperagakannya aja.

T :gimana mbak nilai foto fashion itu menarik buat dilihat?

J :gini mbak menurutku apa –apa yang tidak terlalu menonjolkan sisi ekstrem pada peraga itu selalu buat ku tertarik buat dilihat terlebih kalo kalo bahan dan warnanya bagus.

T :gimana cara mbak menilai glamour/elegan pada foto fashion?

J :membedakan antara kedua kategori tersebut mbak, abis itu pastikan setiap kita lihat gambar-gambar fashion mata merhatiin otak yo mikir to , mikirin bagus gak ya kalo dipake biasa aja atau bakal aneh yaa hmm.. mungkin kayak mikir kalo pake yang banyak aksen begini bisa galomour tapi ya tempatnya dimana dan kemana dulu terus ntar mikir laggi kalo ambil yang biasa aja bisa tampil bagus juga gak yah tambahin apa yaah biar kesannya tetap wah gituu.

T :ada gak nih mbak, dari gambar- gambar ini yang menginspirasi mbak?

J :ada mbak. Tapi Cuma dimodel pakaian yang muslimah aja hehe.. kepengen gitu nyoba kayak bagus buat kondangan, atau acara tertentu hehe. Tapi mikir juga nih taut malu haha..

T :menurut mbak apa pesan FG ini tentang glamour / elegan dalam fotonya mbak?

J :pesannya sih kalo menurutku yah... g jauh kalokita jd wanita mesti pinter miih dan memadu padankan apa yang dipakai. Terus kalo dari segi foto. Karena kontrasnya bagus berarti si fg nya tuh kepengen kita yang liat tahu bahwa apa –apa yang kontras itu cocok pada tempatnya. Elegan dan glamour kl sesuai sama lokasinya akan indah pada tempatnya. Gitu kayake mbak.

T :apa perbedaan glamour dan elegan buat foto fashion atau fashion itu sendirimbak?

J :gini mbak, glamor kalo pada tempatnya ya sah sah saja, boleh tapi kalo berlebih – lebihan menurutku ga baik mbak.intinya sih gini emewahan itu baru keliattan pas sesuai org itu memandang dari sudut mananya. Klo dari level rendah ke atas mungkin kita anggap glamour tuh Cuma buat orkay doang kl sebaliknya ya kayaknya bakal biasa aja apalagi kalo satu golongan. Malah makin biasa aja. Karena kesamaan. Nah glamour ini kan mewah ya mbak, buatku apa –apa yang mewah kalo halal ya gpp yang menjadikan itu g boleh karena niatnya,karena pendpatnnya dari yang baik atau gak, hmmm coba nanti mbak klarifikasikan yah ada beberapa ayat yang menjelaskan tentang ini. nnt aku banttuin cari juga tak wa nnt. Kalo elegan itu sendiri kan menurutku, baik di foto atau dalam dunia nyata sekalipun g masalah tapi pengertian elegan selain makna definisinya simpel, sederhana, kalem dan sebagainya seperti apa kata orang ya mbak. Elegan menurut ku bukan sekedar itu, elegan itu ketika aku lihat seseorang punya segala sesuatunya untuk dipamerin tapi milih buat gak nunjukin apa apa yang dipunya. Simpel, sederhana, mewah memukau pada tempatnya. Sederhana sesuai kebutuhannya itu elegan menurtuku.

T : masyaAllah tabarakillah terkagum saya mbak dengar jawaban mbak. Bener – bener seneng bisa kenal mbak dan dpat penjelasan seperti itu. Rasanya kurang kalo saya Cuma tanya –tanya sebatas ini. terima kasih banyakk mbak untuk semua percakapan dan ilmunya.

J : hehe mbak bisa aja, aku gak ada apa-apanya kok mbak, itukan Cuma menurutku aja. Kalo cenderung sih gak tahu aku cenderung mana antara keduanya. Yang jelas aku berpakaian dari apa yang sesuai dengan printah dan apa –apa yang sudah diajarkan keluarga ke aku aja.semuanya sesuai tempat, sesuai batasan tanpa keluar dari syariatnya. Aku juga ikut seneng kenal mbak. Semoga bisa membantu yah mbak.

T : oke mbak. Lain waktu saya bisa kontak-kontak mbak lagi yah barrang kali saya mau tanya-tanya yang lainnya.

J : oh ya mbak gpp. Hubungi saja lewat WA ku yah

Transkrip Wawancara

Nara Sumber : Nidha Farida

Wawancara :1

Waktu : 11/01/2018

Tempat : Fine cafe

Pewawancara: Vina Zahratul Hayat

Keterangan : T= tanya

J = jawab

Usai sholat maghrib saya sebagai pewawancara dipersilahkan untuk menemui nara sumber di dalam sebuah kafe yang terletak di utara yk. Dengan nama kafe Fine , sekitar 25 menit saya menunggu dilokasi. Suasana di dalam ruangan sangat ramai dengan dipenuhi anak muda dengan kesibukannya masing – masing diantaranya : berkumpul – kumpul, berbincang, berdiskusi, ada juga yang menyendiri dengan fokus melakukan kesibukannya sendiri. Kemudian datang lah nara sumber yang saya tunggu- tunggu. Beberapa saat kami memilih pesanan dari menu dikafe tersebut kemudian kami memulai sesi wawancara sebagai berikut:

T : okey, bisa saya mulai yah wawancaranya.. mbak boleh perkenalkan diri mbak?

J :iya, okey. Nama saya nidha farida , dipanggilnya nidha, saya mahasiwa ee mahasiwi. UII teknik sipil. Asalnya dari jayapura papua.

T :mbaknya anggota hijabie atau?

J :iyah saya salah satu anggota hijabie, tahun 2016 dibulan oktober saya masuk.

T :pengalaman yang mbak dapat apa aja?

J :pengalaman saya yaitu: saya udah ngikut apa namanya, modeling catwalk dimall , dihotel udah pernah makeupin juga, udah pernah foto- foto. Ya itu sih sejauh ini.

T : mbaknya masuk divisi apa ya?

J :saya masuk divisi modeling di hijaie.

T : maksudnya gimana yah, kalo modeling dihijabie

J : nah. Jadi di modeling itu belajarnya semua tentang ,, kayak misalnya diajarin catwalk, diajarin pose, diajarin berekspresi untuk foto, terus hanya sebatasa itu sih, lebih ke foto –foto sama show – show gitu eh tampil dpn umum di event –event setiap bulan bahkan hampir setiap minggunya, ya kan emang jobdescnya modeling kan kayak gitu jadi ya begitu. Kan per divisi jobdesc nya masin –masing.

T : kebetulan penelitian saya tentang hijabie dan juga tentang persepsi member atas foto fashion dimajalah ini, ini dan ini mbak. Pasti mbaknya pegalamn dong yah, kalo buat foto produk dn lainnya.kemudian , saya mau tanya nih sama mbak,mbak nidha, apa mbak termasuk sering menkomsumsi majalah untuk bacaan?

J : kalo cukup sering sih gak juga ya mbak, rata – rata saya sekarang menemukannya di salon – salon aja mbak. Kalo dulu waktu dirumah sih iyah. Semenjak kuliah sih berkurang mbak. Tapi kalo versi digitalnya mungkin iya. Saya baca lkalo misalnya lagi santai, lagi disalon, di skincare yaa gitu gitulah mbak.

T : mbak lebih cenderung baca ke majalah apa mbak? Yang mbak suka mungkin

J :saya lebih suka ke majalah khasanah

T :majalah khasanah tuh isinya kayak giman aya mbak?

J :ee.. setahu saya sih banyak sih tapi tuh khusus perempuan saja, maksudnya. Disitu banyak model – model yang memperagakan, menampilkan baju dari designer –designer ternama gitu. Kayak fashion show gitulah. Kayak busana batik, monokrom dan lebih sering saya menemukan temanya hitam putih gitu.

T : kemudian pertanyaan berikutnya, gimana cara mbak buat milih bahan bacaan majalah?

J : kalo saya sih milihnya pertama liat covernya kemudian baru dibuka hlaman –halamanya sekedar buka – buka aja, kalo misalnya ada yang bagus gitu saya baca tapi kalo ga ya saya lihat gambar gambarnya terus swipe , swipe, swip terus sampai akhir kl emang bagus saya beli kalo ga ya nggak mbak. Di skip aja.

T : apa yang mbak tahu tentang majalah wanita?

J :kalo yang saya tahu tentang majalah wanita sih, lenbih cenderungisinya , kalo gak tentang fashion, tentang perempuan , kisah perempuan, atau gak kalo gak disitu ada tips tentang masak, hidup sehat, tips diet gitu –gitu,ala ala, makanan sehat ya pokoknya cukup membantulah ada nya majalah cukup membantu.

T :ada tokoh atau model yang mbak suka dalam bberapa foto fashion di majalah?

J : ada. Itu zaskia sungkar, natasya rizky sama dewi sandra.

T :kok bisa suka mbak kenapa mbak?

J : ya kan dulu ,, mereka nih artis nih penyanyi, terus pas abis pake hijab dia model sekaligus designernya, yang saya liat sih, fashion – fashion dia tuh simpel bagus tapi keliatannya mewah.

T : menurut mbak apa perbedaan glamor dan elegan dari semua majalah yang mbak liat?

J :oh ok. Seputar glamor dan elegan ya. Kalo menurut saya glamour itu sesuatu yang sangat rame kalo dilihat, eh gini loh baju itu, dilihatnya banyak asesoris, pernak pernik, manik –manik, payet –payet berat. Syahrini nah tuh contohnya mbak.dia tuh bajunya gak ada yang pernah ada yang simpel apalagi kalo tampil dipanggung pasti ada bling – blingnya, berwarna yang mencolok, dan sesuatu yang mencolok itu aneh. Kadang dilihat bisa bagus kadang dilihat juga cenderung ke norak karna terlalu rame. Berlebihan. Kalo elegan sendiri tuh, ee,, dia tuh simpel sederhana, bajunya tuh sebenarnya kayak cuman blus doang tapi ada detail yang wah gitu ada aksen aksen apa gitu tapi gak berupa manik – manik atau apapun itu yah, tapi pas lihat itu ada kesan sendiri misal cewek liat tuh langsung wah gitu.padahalkan Cuma gitu doang yah.

T :kalo mbak cenderung kemana nih?

J :kalo saya sih elegan aja mbak g suka ribet dan rame yang sederhana aja tapi kesannya waw gitu mbak.

T :ada gak sisi gambar foto foto dimajalah ini yang mengispirasi mbak, sampe mbak kepengen aplikasiin ke diri mbak?

J :ada. Seperti natasya rizky dan dewi sandra nah dewsi sandra nih aku paling suka kalo dia pake fashion traveling gitu bagus , simpel, tapi wah , bagus. Eye catching , matching, padahal polosan doang.

T ;menurut mbak apa pesan yang pengen disampaikan si FG ke pembaca?

J :yang tadi tuh dia kayak memperkenalkan suatu etnik budaya gitu, kayak ini nih yang dimajalah ini tonjolannya di motif bunga –bunga, terus ini gambarnya bad boy, bad girl terus cenderung ke glamor karen rame gitu kan dari segi makeup dan baju-baju yang dipoto ini.

T :gimana cara mbak memaknai glamor/eleganpada foto-foto dimajalah ii?

J :lihat aja dulu, menarik, terus perhatiin deh, paling saya makanin dalam hati wah ternyata indonesia kayak akan etnik bahan yang bagus yah, makeup ini cocok yaah ternyta buat org begini ya menginspirasilah.terus nembah wawasan tentang fashion. Jadi ya setiap foto fashion punya makna dan tujuan sendiri –sndri.

T : btw nih mbak, gimana cara mbak menilaifoto fashion ini bisa dibilang menarik buat dilihat?

J : macem –macem mbak, karena rama nya foto otomatis org penasaran liat, ada yang dari jauh fotonya sekilas bagus, otomatis orang liat juga, menarik warna kontrasnya,otomatis org banyak lihat juga mbak.

T :gimana cara mbak nilai glamor/ elegan pada foto dimajalah ini mbak?

J :gampang mbak. Bedain aja mana yang rame norak itu masuk glamor, mana yang simpel sederhana tapi wah itu masuk ke elegan gitu aja mbak kalo saya.

T : okey deh mungkin cukup dulu mbak, maksih ya mbak nnt saya kontak mbak laggi kalo ada yang kurang -kurang

J : ok baik baik siap. Datang aja ke rumah kebetulan saya tinggal g jauh dr sini sekitar masjid pandanaran tuh tahu kan.?

T : hehe tahu tahu okey mbak. Yuk mbak mari.

Transkrip Wawancara

Nara Sumber : Syahida Tinna

Wawancara : 1

Waktu : 12/01/2018

Tempat : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pewawancara : Vina Zahratul Hayat

Keterangan : T : Tanya

J : Jawab

Sore itu, menjelang langit berubah menjadi mega saya hubungi nara sumber yang bersangkutan untuk menanyakan tentang kebersediaan beliau untuk saya jadikan narasumber / informan penelitian, dan kemudian setelah beberapa waktu saya menghubunginya . beliau menjawab dengan segera dan memberikan waktu luangnya secara mendadak dengan jawaban sekrang saya bisa mbak, saya tunggu dikampus UMY! Kemudian, saya bergegas bersiap – siap untuk menemuinya. Setelah 30 menit perjalanan saya menghubunginya kembali, menanyakan posisi tepatnya. Lalu saya menjumpainya di sportorium UMY. Suasana sore itu cukup ramai karena mahasiswa/i yang baru saja selesai pembelajaran berlalu lalang di area jalan tersebut. Saya memperkenalkan diri dan kemudian kami mulai sesi wawancara :

T :mbak makasih banyak yah sebelumnya, oh ya saya perkenalkan diri saya vina zahra kuliah di UII kebetulan kemarin sudah ijin sama ketua komunitas mbak unntuk wawancarai mbak, kalo boleh tahu nama mbak lengkapnya siapa yah?

J : nama saya syahida tinna

T : profesinya apa mbak?

J : masih mahasiswa UTY (universitas teknologi Yogyakarta) jurusan arsitektur, tapi ya saya sambil berkarir mbak saya berprofesi sebagai fashion stylist di Haisha Indonesia dan juga MUA khusus area makassar dan jogjakarta.

T : oohh keren - keren. Kalo boleh tahu, mbak masuk di Hijabie dari kapan yah?

J :saya masuk di hijabie sekitar februari 2017 akhir bulan saya mulai aktif mbak tap untuk pendaftarannya saya mungkin sudah di akhir tahun 2016

T :usia mbak brp yah?

J :22 tahun

T :mbak divisi apa nih masuknya kalo di hijabie

J :saya masuk di divisi makeup

T : yang mbak tahu tentang hijabie apa yah?

J :eee,, secara keseluruhan yah,yang awalnya sih kan, sebelum masuk hijabie yah tahunya cuma komunitas – komunitas kayak biasanya, komunitas hijabers terus, emang dari lama tuh pengen ikut masuk komunitas gitu loh, dan kayaknya hijabie ini meeng,, apa yah, kayak dia tuh,ee.. bisa memenuhi keinginan saya untuk mengembangkan skill di makeup khususnya kecanntikan, makanya saya ikut komunitas ini kayak gitu sih, hehe.

T : biasanya, program – program apa saja mbak yang ditawarkan di hijabie?

J :biasanya sih kalo yang sering itu fashion show. Kalo yang setahu saya,tapi selain itu juga ee.. apa yahh.. fashion show itu yang terkadang ada kegiatan bakti sosial sih kayak yang kemarin dana dan pakaian layak pakai untuk korban banjir dibantul kemarin,cuman kebetulan infonya saya ga tahu saya cukup kaget pas tahu dri group komunitas. Ketuanya mbak tika sama ditemenin bendaharanya buat kesana buat bagi- bagi pakaian dan sembako

T : kaalo yang fashion show itu maksudnya kayak gimana ya mbak?

J :biasanya nih mbak, setiap bulan hijabie nih ada kayak event gitu loh, acara. Itupun kalo ada acara sekalian gathering nah pas gathering itu nampilin karya- karya designer member hijabie ya kayak gitu ya fashion show atau kalo gak pas ada acra yang ngajak kerja sama di mall-mall kemudian beberapa hotel yang sudah bermitra bersma kami dan biasanya hijabie jadi penanggung jawab buat fashin shownya. Ya itu, kayak gitu mbak.

T : kalo dari pengamatan mbak, tentang konsep komunitasnya kayak apa yah?

J : konsepnya? Saya kalo konsepnya hijabie juga saya kurang paham konsep komunitasnya gimana yang saya tahu dia berdiri untuk semua golongan gitu mbak. Tap kalo secara umum yang kita tangkep nih yah, bedanya paling dihijabie ada model yang fashion show dengan ukuran tinggi nya pendek, gendut terus yaa.. kayak gitu soalnya kan yang sering kegiatannya fashion show gitu oh.. sama kemarin sih ada divisi yang cooking / disvisi memasak, fotografi, jurnalis, kemarin banyak tapi sekarang udah dihilangkan. Kalo sekarang selain divisi modeling dan event, divisi entreuprener lumyan aktif deh mbak, tapi yang lainnya saya juga kurang tahu. Kalo divisi makeup sendiri cuman kemarin aja pas pertemuan pertama dan perdana seteah kepengurusan baru,latihan self makeup terus udah ada kegiatan yang tersussun dan kerja sama dengan kementrian pendidikan itu.

T :kebetulan penelitian saya tentang majalah, foto fashion pada majalah ni mbak, boleh tahu gak, seberapa sering mbak mengkomsumsi majalah fashion?

J :kalo dulu saya sering banget mbak, kalo sekarang saya sudah jarang tapi untuk berlangganan majalah digital saya masih mbak.

T :majalah yang sering mbak beli apa mbak?

J :femina mbak.paras juga mbak.

T :gimana mbak memilih majalah buat jadi bahan bacaan?

J :ya saya sendiri sih gak yang baca secar keseluruhan, tapi majalah yang saya baca lebih pada ke sesuatu yang saya anggap menarik, terus lihat – lihat rate yang cukup lumayan sama gambar- gambar foto di majalah iatau artikel – artikel yang cukup lumayan seru mbak. Atau kadang Cuma buka – buk aja.

T :yang mbak tahu tentang majalah perempuan tuh apa aja mbak?

J :kalo saya sih pilih-pilih ya mbak kalo buka majalah, biasanya saya langsung baca atau buka ke tips – tips kecantikan , terus ke list- list produk makeup,sama lihat tips – tips buat berpakaian itu loh hmm apa, itu mix and match berpakaian itu loh.

T :kalo mbak pribadi, seneng sama dunia fashion?

J :eeee,,, kalo saya seeneng bahkan secara pribadi saya sangat senang. Kalo lihat fashion show di tv atau live langsung di event –event yag saya pegang, kebetulan saya juga suka nonton kayak korean next top modells, american next top models atau apalah, saya pribadi saya suka , suka nonton, suka meriset all of about fashion saya suka.

T :apa yang mbak tahu tentang foto fashion yang ada di majalah- majalah ini semua?kan tadi mbak udah liat-liat, baca juga , foto fashion itu lebih menarik dilihat dari segi apa sih mbak? Terus gimana cara mbak menilainya?

J :kalo yang saya lihat yaah foto fashion di majalah ini mirip- mirip lah sama majalah vogue, terus menarik juga buat dilihat karena sesuai dengan tema nya, terus yang harpers ini beda dari yang lain, jjadi isinya itu kayak ngasih lihat kalo fashion sama kecantikan tuh gak itu –itu aja,gak harus pake alis yang tebal cantik kayak gini, eyeshadownya harus begitu atau begini, bener – bener enggak gituu mereka tuh bener – bener punya tune warna sendiri gitu loh, makanya saya suka liat acara – acara kayak gitu kkarena lebih sering variasi dan pengambilan fotonya juga unik kontrasnya juga gak norak gtuh, soalnya bener – bener ngasih liatkita ini loh different, kayak nya bisa jadi sederhana gitu loh kayak baju yang bling – bling gitu kan biasanya kalo saya pribadi ngeliat ayak kampungan gitu kayak apaan tahu lah ya. Tapi kalo di dunia fashion gitu di mata dunia itu bener – bener wow bangets gtuh dan memukau gitu. Glamour gituh jadi penilaian saya. Terhadap baju norak bling –bling tadi langsung berubah pas ketika melihat foto fashion dan acara fashion shownya. Sama kayak makeupnya, makeupnya yang mainstream tuh makeup yang membuat kita kelihatan cantik ya mbak, tapi kalo dalam fashion kayak di run away, makeupnya tuh gak sekedar cantik,bener- bener wow banget kadang malah untuk orang lain yang menurut saya yang gak tahu dan gak begitu tertarik sama fashion

pasti dia melihat ikh, apaan sih aneh. Orang itu aneh pake makeup kayak gitu padahal kan itu bernilai seni tinggi.

T :kalo dari model atau tokoh-tokoh yang ada dimajalah yang sering mbak lihat, ada gak model yang mbak sukain

J :kalo dindonesia, cinta laura sama agnes mo. Saya suka liat foto-foto mereka di beberapa majalah dan katalog. Keren gitu. Saya juga suka lihat cinta di the body shop, dia kan ada kolaborasi kerja gitu saya paling suka lihat itu.

T :kenapa mbak, bisa sukanya?

J : saya suka karena saya suks makeupnya dia, apa –apa yang dipakainya tuh keren cantik giu mbak.ya menarik aja menurut saya dia lain dari yang lain gitu hehe..warna – warna yang dipkai jug sama sekali gak ada warna yang terang bahkan cenderung gelap semua.

T :gimana mbak menili foto fashion itu menarik buat dilihat?

J :kombinasi warna , makeupnya, modelnya cara pengambilan fotonya terus liat dari asesorisnya juga

T :gimana mbak menilai foto masuk ke kategori glamor atau elegan?

J :ya apa – apa yang saya lihat wow itu ya glamour kalo yang makeupnya memukau aja menurut saya bisa masuk kategori glamour, tapi kalo yang polos dan makeupnya biasa juga ya masuk elegan sesuai yang pkai sih gitu aja. Terus dari outfit yang dipakai nya bagus gak tapi ya saya g bisa detail untuk spesifikasi kata makna bagus mbak, cuman pas ngeliat, eh langsung eyecatching gitu. Kadang sampai disimpen – simpen itu gambar – gambarnya saking saya sukanya.

T :perbedaan glamour daan elegan menurut mbak gimana ?

J : glamour itu ya mbak, bener – bener kayak yang wooow bangets, sedangkan elegan dia wwow tapi biasa aja dan gak berlebihan.

T : mbak pribadi memiilih cenderung kemana nih?

J : Glamour. karena glamour itu saya banget keliatan gak anggun dia tuh kayak cuman mewah gtu, yang terkadang bikin orang yang liat illfeel. Tapi ya terkadang saya lebih suka menyesuaikan tempat saja. Karena saya ngerasa to much kalo dibawa ke tempat kerja.terus kadang saya lebih prioritasin orang lain buat looked good gitu tapi saya sendiri lebih seringnya gak peduli sama apa yang saya pakai. Sampai – sampai orang berkata pada saya, itu kamu pakai baju apa? Maksudnya tuh selera pakaian saya tuh aduh. Parah g bisa dimasukan ke kategori mana pun karena itu cocoknya hanyan untuk saya dengan tingkat

kenyamanan saya pribadi.tapi ya saya positif aja, bahwa selerasa saya ini unik yang orang lain gak kepikiran samapai segininya kayak saya. Jadi terserah apa kata orang.

T : okey okey. Dari sekian banyak gambar di majalah nih mbak, ada gak yang menginspirasi mbak secara langung.?

J :ada. Biasanya warna pakian mbak. Warna pakaian yang digunain di foto itu menginspirasi kayak ini nih yang rock n roll tapi girly bangets.

T : ada gak sih pesan dibalik poto –poto fashion di majalah ini menurut mbak?

J : ada. Si tukang potonya ini ngasih tahu bahwa ini lo fashion terkini, ini loh warna nabrak yang bisa terlihat anggun meski gak senada bahkan tidak kontras, ini loh etnik kain yang luar biasa memukau meski dalam sebuah jepretan potret.ya yang jelas setiap foto pasti punya pesan –pesannya masing – masing sesuai sisi mana yang ditonjolkan si yang motretnya. Si dia juga nyampein kalo gak ada standar tertentuuntuk fashion dan kecantikan. Terus g ada standar kategori ini masuk jelek cakepnya pakaian gitu mbak. Gak ada juga level-levelan coz fashion is all about confident. Tergantung kamunya pde gak sama dirimu sendiri terus si grapernya ii juga nyampein but kita gak usah dengerin apa kaa orang gitu loh bahkan bisa dibilang urat nadimu harus putus demi sebuah fashion. Itu sih makna dibalik fotonya menurut saya.

T :dari keseluruhan majalah yang tadi mbak lihat, apa pendapat mbak tentangglamor dan elegan di foto fashion tersebut?

J :kalo menurut saya sih glamour dan elegan itu ya cukup di dalam foto fashion saja mbak. Karena bukan tuntutan seperti itu. Gak harus kita kolot dengan soal penampilan karena bagi saya kecantikan hati dan sikap itu tetap diatas segala – galanya.

T : cukup mbak okey. Kayaknya sudah cukup info yang saya butuhkan mungkin nnti saya bisa hubungi mbak kembali saya mohon maaf dan terima kasih banyak untuk waktunya sekalian saya mohon pamit ya mbak. Asalamu’alaikum

J : okey sip. Waalaikumsalam.

Transkrip Wawancara

Nara Sumber : Amalia Devita

Wawancara : 1

Waktu : 13/01/2018

Tempat : perumahan Padma Residence

Pewawancara: Vina Zahratul Hayat

Keterangan : T : Tanya

J : Jawab

Pagi hari tepat dipukul jam 10.15 saya mendapat balasan dari nara sumber yang pernah saya kontak sebelumnya. Saya diberikan alamat rumahnya dan beliau bersedia untuk saya jadikan informan penelitian. Kemudian saya pun segera bersiap dan langung menuju ke lokasi menggunakan gmap. Sekian rumit saya menulusuri jalan menuju lokasi akhirnya ketemu setelah satu jam perjalanan. Saya dipersilahkan masuk ke tempat kediamannya dan langsung diperbolehkan untuk memulai sesi tanya jawabnya sebagai berikut :

T : selamat siang mbak amel, terima kasih sebelumnya dan mohon maaf karena memotong waktu luangnya, kebetulan penelitian saya tentang majalah dan fashion photography, oh ya, kemarin saya sudah izi sama mbak tika untuk wawancarai mbak amel mengenai hijabie dan juga yang bersangkutan tentang penelitian saya. Mbak, kalau boleh tahu nama lengkap mbak siapa yah?

J : okeh gak apa – apa mbak, saya dengan senang hati membantu. Nama engkap saya amalia devita risky wulandari.

T : asalnya mana mbak?

J : saya asalnya dari Purwodadi tapi stay di Jakarta

T : mbak, masuk hijabie dari tahun berapa mbak?

J : masuk hijabie dari tahun hmm.. 2017 bulan apa yaa hmmm kayaknya bulan oktober apa september gitu mbak, lupa saya mbak.

T :oh ya. Yang mbak dapat dari hijabie apa mbak?

J :positif saya sih, masuk hijabie tuh: saya bisa kenal banyak orang, terutama designer – designer terkenal,kenal banyak MUA juga, kemudian belajar makeup juga di hijabie,kenal banyak mahasiswa kampus – kampus lain,bahkan banyak juga ibu – ibu yang punya karir,kalo misalnya dari segi negatifnya, hmmm.. apa ya, menurutku sih tergantung orangnya sih hehe, kalo misalnya ada satu kelompok yang bener – bener gak suka sama pilihan baju dari designernya suka saling kesel gimana gitu,

T : mbaknya masuk HMS atau komunitas aja mbak??

J : member mbak saya gak masuk HMS. Saya mau masuknya member dulu nanti suatu saat masuk di HMS, bertahap gitu mbak.

T :oh ya mbak, kan di hijabie ada beberapa devisi, mbaknya masuk divisi apa yah?

J :saya divisi public speaking dan designer tapi kalo designer, saya jarang ikut perkumpulannya lebih sering kumpul di ps dan kegiatan modelig member lainnya hehe.. kalo designer , jujur saya belum berani showingkan karena masih di tahap pemula.

T : public speakingnya kayak gimana mbak kegiatnnya?

J :kayak punya workshop gitu sendiri sesuai jadwal kegiatan yang sudah tersusun, terus siapa yang mau sponsorin dari member untuk kegiatannya, kemudian kalo memang banyak dari member ps yang bisa hadir saya dan kawan – kawan lainnya langsung membuat pembagian member perkelasnya. Nnt diajarin sama gurunya atau dari kita yang pengurusnya.

T :lebih banyak mafaatnya atau gmn menurut mbak?

J :lebih banyak manfaatnya sih, soalnya kan kita bisa belajar gesture gimana terus ditambah dari segi modeling khusus catwalknya yah.. jadi kita diajarin buat tampil memukau gitu dengan tetap wow untuk berbicara depan umum.

T : oh ya mbak, kita masuk ke topik penelitian saya ya mbak, mbak apa pernah berlangganan majalah?

J :pernah dulu gadis, dan sekarang kosmopolitan dan harper’s bazaar. Mungkin bisa dibilang pelanggan setia kali ya mbak saya masih simpan koleksi untuk setiap edisinya malah haha..

T : wahh, kebetulan banget ee mbak, majalh yang saya bawa untuk skripsi saya juga majalh itu tapi bedanya gak pake majalh gadis haha.. nih mbak, kalo mau liaat..

J :.wkwkwk nih saya juga punya mbak udah baca malah hahaha..

T :mbak milih majalh itu kenapa alasannya?

J :karena suka aja sih, menarik dan terus tertarik untuk dibaca meski berulang – ulang kali. Coba aja mbaknya baca, pasti ketagihan wkwkwk., karena ada cerita, tips, kadang tuh ada juga fashion –fashion baju terkini, mix and match gitulah mbak. Banyak sih disitu penjabaran dan kontennya. Rubriksitasnya juga lumayan bervariasi dan banyaaak mbak, terus dilihatnya tuh keren – keren gitu tapi sering juga saya beli majalh Cuma buat liat –liat gambarnya doang haha. Apalagi waktu diasrama karena gak dibolehin pegang hp ya saya lebih sering berlangganan majalh untuk bacaan harian aja mbak. Yang penting betahlah ya di asrama hahaha..

T : yang mbak tahu tentang majalah wanita tuh kayak gimana e mbak?

J :katalog baju kali ya lebih banyak di dalam majalah, secara ya kan mbak sekarang majalah lebih diminatin karena gambar visualnya yang menarik wwkkwk apalagi majalah digital bisa kapan aja saya buka dimana saja pula. Hahha itu sih menurut saya begitu haha.. pokoknya apapaunlah semua tentang cewek pokoknya.

T :lebih dominan kemana nih mbaknya?

J :lebih dominan tertarik liat fashion baju kayaknya tapi kalo asesoris, sepatu ya sesuai kebutuhan aja sih hehe.. soalnya kao dimajalah asesoris sama sepatunya tuh yang wah wahgitu looh pasti lebih mahal dari baju wkwkkwk. Soalnya kalo sepatu kan saya pilih meluu warna netral jadi kalo rusak dan butuh baru beli. Berapapunlah harganya kalo saya seneng mah ya saya beli haha

T :ada gak tokoh atau model yang mbak suka dalam majalah ini?

J :ada beberapa mbak malah jadi setiap kali liat dia dimajalah, malah kayak terinspirasi gitu buat nyoba, ada dewi sandra dan mariposa.

T : alasannya apa mbak?

J :dia ngikutin trend bagus bagus sih , terus sering juga ada di beberapa majalah katalog baju – baju bandung gitu. Terus kalo dilihat tuh ya mbak. Baju – baju yang dipake dia tuh bahanya bagus bagus padahal harga murah cuman bahanya tuh gak jelek gtiu gak mengecwakan gitu kalo pas nyoba beli sama yang dipake dia.

T :bagaimana mbak nilai suatu foto fashion itu menarik buat dilihat?

J :saya menilai foto buat fashion itu lebih ke gimana dia nyajiin fotonya menarikbuat dibeli.karena saya tuh kadang seringnya lihat nih eh terus kok bagus yah visualnya digambar terus saya cari kontaknya ya saya beli kemudian.padahal ya tanpa di duga sih pasti ya beli dan tergantung sih kalo ada yang lucu gitu saya beli tapi kalo B aja ya saya gak beli. Saya lebih baik nahan diri ajalah.

T :oh iya, kan kalo fashion gitu kan ada kategorinya, nah mbak sendiri, menilai foto sesuai kategorinya tuh gimana?

J :gimana yaah, kalo menurut saya sih dari penggambaran visual foto tuh udah bisa ditebak kadang dari fotonya aja kita tahu ini masuk ke glamour, atau sederhana klasik, sederhana casual, sederhaa elegan gitu sesuai si fotograpernya mau nunjukin kasih kesan apa di foto itu gitu. Terus juga tergantung model dan design pakaiannya juga, nah itu tuh yang bisa bedain mana yang glamor, mana yang klasik mana juga yang elegan.

T :kalo dari segi fotograpinya gimana menurut mbak?

J : kalo saya pribadi sih lebih suka lihat foto fashion yang bertemakan alam kayaknya kesannya lebih natural alami gitu terus tinggal ngatur pencahayaannya karena outdoor jadi kan cahayanya alami tanpa tmbahan gitu, kalo misalnya malam hari saya gak suka karena sebagaian untuk fashion gtu gak cocok di ambil potretnya di malam hari, karena bikin bju atau produknya gak keliatan detailnya, terus ilang aksen – aksennya, terus kalau malam juga bikin bercak – bercak hitam gitu kayak kotor efek cahaya lampu malam hari kali yaaa,,, kalo siang atau pagi kan foto untuk fashionnya lebih jelas dan menonjol gitu dari segi warnanya juga bisa keluar gituh,

T : menurut mbak setiap foto fashion atau yang lainnya itu ada pesan – pesan terendiri gak yang pengen di sampein si FG?

J :hmm ada sih kayknya, kan foto sendiri diambilnya disesuaikan dengan konsep juga mbak, jadi otomatis per foto ada pesannya masing – masing.terus kalo saya peribadi sih kayak yang kalo liat majalah atau katalog gitu , dalam hati tuh bilang ikh,, ini baju melambangkan ini and bla, bla, bla suka nyaut sendiri gitu nerka – nerka pesan dalam foto kali yaah haha..hmm gimana yaa, kayak bisa dibaca gitu meski dalam foto gitu mbak,

T : kalo menurut mbak perbedaan fashion glamour sama elegan tuh apa?

J :menurut saya glamor tuh lebbih,, gimana yah, hmm wow bangett,,terus kayak norak rame gimana gitu saya agak gak suka, terus kadang dari segi warna juga suka mecolok gitu aneh bnget. Tapi kalo elega itu, kayak kalem gtu kan, lebih suka kayak gitu sih kalo saya,dan kebanyakan orang tuh cocok kayaknya kalo pake warna – warna kalem gitu, keliatan lebih pede tapi ya banyak juga yang pkai glamor terus kayak roro fitria, syahrini kali yaah hehe, kalo elegan kan cocok untuk casual dn harian juga,tapi kalo glamour tuh cocok buat event kayak kondangan, pesta,kan gak lucu kalo dipake sehari – hri.

T : kalo mbak pribadi, lebih condongnya kemana nih,

J : elegan dooong.

T :wuiih kenapa , kenapa mbak alasannya?

J : hahhaa, karena lebihsimpel, suka aja warna- warnanyag perlu pake asesoris aneh – aneh saya g syuka,,apalagi pake kalung ikhh iewuh bangetss,, NO for neckleg, kecuali saya lagi tampil beda urusan yaa haha,

T : kalo dari semua majalah yang mbak baca tadi, apa ada yang menginspirasi mbak gitu?

J : banyak mbak, tpi kadang saya takut nyoba gitu, lebih taku gak cocok aja terus saya tuh ao suka model ini ya bakal semua fashion perintilan saya ya mdelnya semua kayak gitu,g usah macem – macem aja, g suka ubah- ubahlah.

T : okey mbak kayaknya cukup sampai disini dulu , makasih banyak yaah nnti kalo saya butuh atau gimana – gimananya saya ijin boleh yah buat kontak mbak lagi hehe.

J : wah,, udah yaa wkwk kirain masih banyak mbak, iyah sama – sama semoga membantu yah , nanti kalo butuh langsung ke rumah llagi aja yah ada pembantu saya kok dirumah. Pasti nanti saya dikabari, okey?

T : siap mbak. Saya pamit dl ya mbak.

1.3. Potongan hasil wawancara tentang glamour dan elegan

"nek menurutku ya, glamour itu tadi.apa – apa yang glamor (wah) sudah pasti glamor kalo elegan dia simpel dan bisa nyesuain karakter orang yang pake malah bisa ketutup watak jeleknya. Karena apa – apa yang elegan itu terlihat lebih manis aja. Kalem gitu. ya gampang aja mbak, apa – apa yang mewah sudah pasti glamor. ya kalo elegan menurutku sih hampir semua model pakaian bisa jadi elegan mbak sesuai karakter si pemakai tapi kalo glamor ga semuanya cocok."

"kalo aku sih nilainya kalo keliatan ramai gitu banyak payet dll aneh – aneh.

Mungkin masuk ke glamor mbak. Soalnya kan biasanya yang glamor tuh apa aja dimasukin dankesannya tuh berat aja liatnya. Terus kalo elegan buat ku sih simpel, sederhana, kalem gitu mbak.gak banyak detail macem – macem yang ngasih kesan ke kita jadi ringan. ya dilihat, ditela'ah, aku amatin detailnya sampe ke cahayamotretnya. Terus bikin kesimpulan antar foto kalo yang majalah dewi lebih ke glamor karen banyak produk – produk branded, terus kaloharpers bazar ini banyak ke elegan karena simpe tapi beberapa nunjukin glamor kayak gambar rock n roll ini."

"membedakan antara kedua kategori tersebut mbak, abis itu pastikan setiap kita lihat gambar-gambar fashion mata merhatiin otak yo mikir to , mikirin bagus gak ya kalo dipake biasa aja atau bakal aneh yaa hmm.. mungkin kayak mikir kalo pake yang banyak aksen begini bisa galomour tapi ya tempatnya dimana dan kemana dulu terus ntar mikir laggi kalo ambil yang biasa aja bisa tampil bagus juga gak yah tambahin apa yaah biar kesannya tetap wah gituu. gini mbak, glamor kalo pada tempatnya ya sah sah saja, boleh tapi kalo berlebih –lebihan menurutku ga baik mbak.intinya sih gini emewahan itu baru keliattan pas sesuai org itu memandang dari sudut mananya. Klo dari level rendah ke atas mungkin kita anggap glamour tuh Cuma buat orkay doang kl sebaliknya ya kayaknya bakal biasa aja apalagi kalo satu golongan. Malah makin biasa aja. Karena kesamaan. Nah glamour ini kan mewah ya mbak, buatku apa –apa yang mewah kalo halal ya gpp yang menjadikan itu g boleh karena niatnya,karena pendpatnnya dari yang baik atau gak, hmmm coba nanti mbak klarifikasikan yah ada beberapa ayat yang menjelaskan tentang ini. nnt aku banttuin cari juga tak

wa nnt. Kalo elegan itu sendiri kan menurutku, baik di foto atau dalam dunia nyata sekalipun g masalah tapi pengertian elegan selain makna definisinya simpel, sederhana, kalem dan sebagainya seperti apa kata orang ya mbak. Elegan menurut ku bukan sekedar itu, elegan itu ketika aku lihat seseorang punya segala sesuatunya untuk dipamerin tapi milih buat gak nunjukin apa apa yang dipunya. Simpel, sederhana, mewah memukau pada tempatnya. Sederhana sesuai kebutuhannya itu elegan menurtuku."

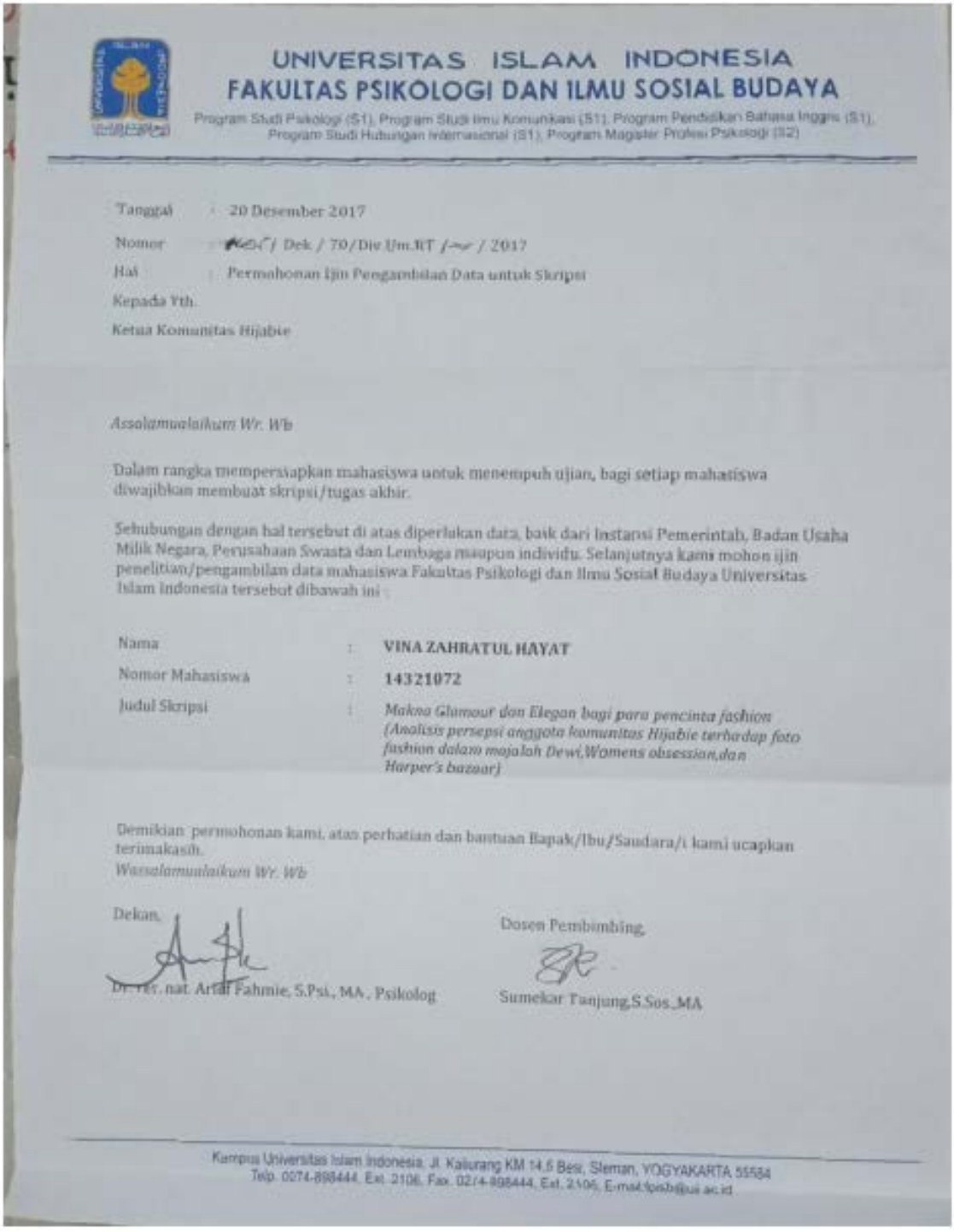
"lihat aja dulu, menarik, terus perhatiin deh, paling saya makanin dalam hati wah ternyata indonesia kayak akan etnik bahan yang bagus yah, makeup ini cocok yaah ternyta buat org begini ya menginspirasilah.terus nembah wawasan tentang fashion. Jadi ya setiap foto fashion punya makna dan tujuan sendiri – sndri. gampang mbak. Bedain aja mana yang rame norak itu masuk glamor, mana yang simpel sederhana tapi wah itu masuk ke elegan gitu aja mbak kalo saya."

"kalo yang saya lihat yaah foto fashion di majalah ini mirip- mirip lah sama majalah vogue, terus menarik juga buat dilihat karena sesuai dengan tema nya, terus yang harpers ini beda dari yang lain, jjadi isinya itu kayak ngasih lihat kalo fashion sama kecantikan tuh gak itu –itu aja,gak harus pake alis yang tebal cantik kayak gini, eyeshadownya harus begitu atau begini, bener – bener enggak gituu mereka tuh bener –bener punya tune warna sendiri gitu loh, makanya saya suka liat acara – acara kayak gitu kkarena lebih sering variasi dan pengambilan fotonya juga unik kontrasnya juga gak norak gtuh, soalnya bener – bener ngasih liatkita ini loh different, kayak nya bisa jadi sederhana gitu loh kayak baju yang bling – bling gitu kan biasanya kalo saya pribadi ngeliat ayak kampungan gitu kayak apaan tahu lah ya. Tapi kalo di dunia fashion gitu di mata dunia itu bener – bener wow bangets gtuh dan memukau gitu. Glamour gituh jadi penilaian saya. Terhadap baju norak bling –bling tadi langsung berubah pas ketika melihat foto fashion dan acara fashion shownya. Sama kayak makeupnya, makeupnya yang mainstream tuh makeup yang membuat kita kelihatan cantik ya mbak, tapi kalo dalam fashion kayak di run away, makeupnya tuh gak sekedar cantik, bener-bener wow banget kadang malah untuk orang lain yang menurut saya yang gak tahu dan gak begitu tertarik sama fashion pasti dia melihat ikh, apaan sih aneh.

Orang itu aneh pake makeup kayak gitu padahal kan itu bernilai seni tinggi." ya apa – apa yang saya lihat wow itu ya glamour kalo yang makeupnya memukau aja menurut saya bisa masuk kategori glamour, tapi kalo yang polos dan makeupnya biasa juga ya masuk elegan sesuai yang pkai sih gitu aja. Terus dari outfit yang dipakai nya bagus gak tapi ya saya g bisa detail untuk spesifikasi kata makna bagus mbak, cuman pas ngeliat, eh langsung eyecatching gitu. Kadang sampai disimpen – simpen itu gambar –gambarnya saking saya sukanya. kalo menurut saya sih glamour dan elegan itu ya cukup di dalam foto fashion saja mbak. Karena bukan tuntutan seperti itu. Gak harus kita kolot dengan soal penampilan karena bagi saya kecantikan hati dan sikap itu tetap diatas segala – galanya."

"gimana yaah, kalo menurut saya sih dari penggambaran visual foto tuh udah bisa ditebak kadang dari fotonya aja kita tahu ini masuk ke glamour, atau sederhana klasik, sederhana casual, sederhaa elegan gitu sesuai si fotograpernya mau nunjukin kasih kesan apa di foto itu gitu. Terus juga tergantung model dan design pakaiannya juga, nah itu tuh yang bisa bedain mana yang glamor, mana yang klasik mana juga yang elegan. menurut saya glamor tuh lebbih,, gimana yah, hmm wow bangett,,terus kayak norak rame gimana gitu saya agak gak suka, terus kadang dari segi warna juga suka mecolok gitu aneh bnget. Tapi kalo elega itu, kayak kalem gtu kan, lebih suka kayak gitu sih kalo saya,dan kebanyakan orang tuh cocok kayaknya kalo pake warna – warna kalem gitu, keliatan lebih pede tapi ya banyak juga yang pkai glamor terus kayak roro fitria, syahrini kali yaah hehe, kalo elegan kan cocok untuk casual dn harian juga,tapi kalo glamour tuh cocok buat event kayak kondangan, pesta,kan gak lucu kalo dipake sehari – hari."

1.4.Lampiran Halaman Bukti Melakukan Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1), Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 20 Desember 2017

Nomor : [illegible] Dek / 70/Div Ijm.RT /-- / 2017

Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi

Kepada Yth.

Ketua Komunitas Hijabie

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama	:	**VINA ZAHRATUL HAYAT**
Nomor Mahasiswa	:	**14321072**
Judul Skripsi	:	*Makna Glamour dan Elegan bagi para pencinta fashion (Analisis persepsi anggota komunitas Hijabie terhadap foto fashion dalam majalah Dewi,Womens obsession,dan Harper's bazaar)*

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan,

Dr. rer. nat. Arlaf Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,

Sumekar Tanjung,S.Sos.,MA

Kampus Universitas Islam Indonesia. Jl. Kaliurang KM 14,5 Besi, Sleman, YOGYAKARTA 55584
Telp. 0274-898444 Ext. 2106, Fax. 02/4-898444, Ext. 2106, E-mail:fpsb@uii.ac.id

Nomor :

Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian Tugas Akhir

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)

Universitas Islam Indonesia

Di tempat

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atika Maulida

Jabatan :Penanggung Jawab

Komunitas :Hijabic Community

Menerangkan bahwa mahasiswi berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami selama satu bulan, dari 07 Januari 2018 hingga 20 Mei 2018.

Nama : Vina Zahrotul Hayat

NIM :14321072

Prodi/Fak./Univ. : Program studi Ilmu Komunikasi / Fakultas Psikologi Ilmu Sosial Budaya

Judul Penelitian : **Makna Glamour dan Elegan Bagi Para Pencinta Fashion (Analisis persepsi anggota komunitas Hijabic Community terhadap foto fashion dalam majalah Dewi dan majalah Harper's Bazaar)**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas kerjasama dan perkenan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamua'laikum wr, Wb.

Yogyakarta, 20 July 2018

atika maulida