

## IMPERIALISME BUDAYA DALAM MEDIA

### *CULTURE IMPERIALISM IN MEDIA*

**Noviana Sari**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.  
Jl. Brigjend H. Hasan Basry Kayu Tangi Banjarmasin, 70123. Kalimantan Selatan, Indonesia. 0511-3304595  
Email: novianahamsi@gmail.com

diterima: 4 Januari 2016 | direvisi: 15 Januari 2016 | disetujui: 18 Januari 2016

#### **ABTRACT**

*Discourse is a production base of power, legitimacy and hegemony of the dominant classes that produce things such as the idea or knowledge that contains the ideology of which reproduces the discourse, as well as in families, schools, workplaces, social organization and activities of daily life, including in it is a lifestyle. The process of hegemonic discourse of lifestyle is one of the strategies of the dominant classes to do politics of cultural imperialism. With an attractive and persuasive language offered in the magazine, the political process of cultural imperialism obtain justification, because the magazine as an agent not only inform the lifestyle of a particular culture but were able to define where the lifestyle is considered correct. This research is based to unpack the meaning of discourse lifestyle offered in a franchise magazine USA to Indonesia, namely CosmoGirl! Indonesia, through the rubric of fashion The CG! Look: Celebrity Style and trend model as a form of cultural imperialism orientation of the west to the eastern culture. In the rubric The CG! Look: Celebrity Style, CosmoGirl! not only presents fashion-fashion fads and used by foreign artists recommended for adoption, but also hide explicit messages and unconsciously. The values introduced by CosmoGirl! seen in themes at fashion rubric The CG Look: Style Celebrity look how CosmoGirl! presents a model that is a trend of fashion and of course backed up with strategies to show the positive side of the style of dress western style. These strategies are carried out by CosmoGirl! by attacking the image of ourselves as young women who definitely wants to appear as attractive as possible.*

**Keywords:** *discourse analysis, Cultural Imperialism, lifestyle, fashion, magazines, rubric.*

#### **ABSTRAK**

Wacana merupakan basis produksi kekuasaan, legitimasi dan hegemoni dari kelas dominan yang memproduksi hal-hal seperti gagasan atau pengetahuan yang mengandung ideologi dari yang mereproduksi wacana, seperti halnya dalam keluarga, sekolah, tempat kerja, organisasi sosial dan aktivitas kehidupan sehari-hari, termasuk juga di dalamnya adalah gaya hidup. Proses hegemoni wacana gaya hidup adalah salah satu strategi dari kelas dominan untuk melakukan politik *imperialisme* budaya. Dengan bahasa yang menarik dan persuasif yang ditawarkan dalam majalah, proses politik *imperialisme* budaya memperoleh pembenaran, karena majalah sebagai agen tidak hanya menginformasikan gaya hidup dari suatu budaya tertentu tetapi mampu mendefinisikan mana pola hidup yang dianggap benar. Penelitian ini didasari untuk membongkar makna wacana gaya hidup yang ditawarkan dalam sebuah majalah *franchise* USA yang masuk ke Indonesia, yaitu *Cosmogirl!* Indonesia, melalui rubrik *fashion The CG! Look: Gaya Seleb* dan trend modelnya sebagai bentuk orientasi dari proses *imperialisme* budaya barat ke budaya timur. Dalam rubrik *The CG! Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!* tidak hanya menyajikan *fashion-fashion* yang sedang menjadi *trend* dan digunakan para artis luar negeri yang disarankan untuk diadopsi, namun juga menyembunyikan pesan-pesan secara eksplisit dan tidak disadari. Nilai-nilai yang dikenalkan oleh *Cosmogirl!* terlihat dalam tema-tema pada rubrik *fashion The CG Look: Gaya Seleb* terlihat bagaimana *Cosmogirl!* menyajikan model *fashion* yang sedang trend dan tentu saja didukung dengan strategi-strategi yang menampilkan sisi positif dari gaya berbusana ala barat. Strategi-strategi

tersebut dilakukan oleh *Cosmogirl!* dengan cara menyerang citra diri kita sebagai remaja wanita yang pastinya ingin tampil semenarik mungkin.

**Kata Kunci:** analisis wacana, Imperialisme Budaya, gaya hidup, *fashion*, majalah, rubrik.

## I. LATAR BELAKANG

Majalah *Cosmogirl!* Indonesia adalah salah satu majalah *franchise* dari Amerika Serikat yang menggambarkan kehidupan remaja wanita sesuai dengan fenomena yang terjadi pada masyarakat global yang mulai mencerna kehidupan remaja yang ada di masyarakat. Majalah *Cosmogirl!* ini dinilai sebagai gejala kehidupan yang dibentuk untuk mempublikasikan ide sekaligus sebagai mode atau *trend* dan akhirnya menjadi bahan yang diterima masyarakat melalui media yang menyajikan semua *issue* yang berhubungan dengan kehidupan remaja-wanita.

Pada setiap edisinya, *Cosmogirl!* Indonesia dipadati dengan beberapa rubrik-rubrik andalannya. Salah satu rubriknya adalah rubrik *fashion* yang dinamakan “*The CG! Look*” yang memuat sekmen yang dinamakan *Look: Gaya Seleb*, dimana beberapa hal tentang *trend* berbagai macam busana dan *fashion* yang dimuat beserta foto-foto selebritis dunia maupun busana-busana rancangan desainer ternama. Rubrik tersebut memberikan rekomendasi gaya berbusana ala artis luar negeri, dari harga hingga tempat penjualan dimana kita bisa mendapatkan barang-barang tersebut. Dilengkapi pula dengan tips dan trik berbusana sesuai karakter diri serta memberi pilihan beragam sesuai kebutuhan individu dalam kaitannya dengan rubrik *fashion* terhadap gaya berbusana remaja.

Berkembangnya dunia *fashion* merupakan efek yang ditimbulkan akibat globalisasi media, karena dengan menggunakan pendekatan hiburan, negara-negara maju yang mempunyai agenda tertentu dapat dengan mudah masuk dalam persepsi masyarakat. Dalam hal *imperialisme* budaya, selera remaja ini tentu bisa dilihat secara langsung, selain dari majalah-majalah dengan lisensi luar negeri itu juga dan secara tidak langsung produk-produk luar yang ditawarkan dalam majalah bertendensi mendorong remaja-remaja di Indonesia mengikuti pola *trend*

yang terjadi di luar negeri daripada *trend* yang ada di Indonesia.

Terkait dengan *imperialisme* budaya, majalah *Cosmogirl!* Indonesia sebagai media massa tidak akan terlepas dari kepentingan ekonomi politik dan ideologi mereka sendiri. Majalah *Cosmogirl!* Indonesia yang merupakan majalah *franchise* dari Amerika dan telah mengglobal ini tentunya membawa motif ekonomi dan politik tersendiri di Indonesia. Meskipun 30% isi dari majalah ini telah menyesuaikan dengan kondisi budaya Indonesia, akan tetapi hal itu masih saja bercermin dengan budaya luar. Terkait dengan hal tersebutlah yang membuat penulis tertarik untuk menganalisis wacana Wacana Caption Rubrik Fashion “*The CG! Look: Gaya Seleb*” pada Majalah *Cosmogirl!* Indonesia dengan menggunakan pendekatan Van Dijk yang meliputi teks (text), kognisi sosial, dan konteks.

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin melihat bagaimana *imperialisme* budaya barat masuk ke Indonesia melalui rubrik fashion “*The CG! Look: Gaya Seleb*” pada majalah *Cosmogirl!* Indonesia, dalam deteksi: 1. Style artis (selebriti dunia) dalam wujud busana-busana yang mereka kenakan dalam berbagai acara. 2. Ketertarikan dan konsumtivitas pembaca *Cosmogirl!* Indonesia, dalam hal ini remaja wanita Indonesia pada untuk melihat dan meniru fashion style artis mancanegara pada rubrik fashion “*The CG! Look: Gaya Seleb*”

Sebagai informasi dan kontribusi bagi kalangan ilmuwan (peneliti, mahasiswa, dan pegamat media) dalam rangka mengembangkan ilmu komunikasi tentang wacana *imperialisme* budaya dalam media, khususnya wacana pergeseran budaya remaja di Indonesia. Serta sebagai masukan bagi praktisi media, khususnya media cetak dalam mengkonstruksi pergeseran budaya remaja di Indonesia. Lebih jauh lagi, setelah mengetahui bagaimana *imperialisme* budaya barat bisa diidentifikasi melalui trend model yang diadaptasi untuk konteks Indonesia pada rubrik fashion “*The CG! Look*” dalam majalah *Cosmogirl!* Indonesia.

Objek penelitian ini adalah rubrik fashion “The CG! Look: Gaya Seleb” pada majalah *Cosmogirl!* Indonesia, bulan Januari 2010 sampai Juni 2010.

Dalam kajian ini peneliti memahami kerangka penelitian ini sebagai fenomena politik imperialisme budaya dengan menggunakan wacana fashion dan lifestyle sebagai strategi untuk mengkomunikasikan dominasi budaya dominan. Dalam hal ini media massa dapat dikatakan sebagai agen dari budaya dominan. Media massa yang bekerja sama dengan kapitalisme selalu mendefinisikan budaya barat adalah budaya yang patut untuk diadopsi.

Pengaruh dunia barat dengan nilai-nilainya sedikit banyak mempengaruhi nilai budaya kita. Hal tersebut akibat arus simbolik global yang nyata yaitu nilai-nilai dari luar dapat dengan mudah masuk ke dalam kehidupan masyarakat melalui transformasi teknologi komunikasi modern dan industri komersil. Kemasan media massa yang menarik dapat membuat masyarakat tertarik untuk melihat atau membaca informasi tersebut. Bagaimana media massa mengkonstruksikan realitas ke dalam sebuah kemasan medianya.

Teori imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia ini. Ini berarti pula, media massa negara Barat juga mendominasi media massa di dunia ketiga, karena media barat mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga dan media barat sangat mengesankan bagi media di dunia ketiga. Sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut. (Nurudin 2007)

Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara ketiga. Kebudayaan Barat memproduksi hampir semua mayoritas media massa di dunia ini, seperti film, berita, komik, foto, bahkan fashion dan lain-lain. Mereka bisa mendominasi seperti itu karena mereka mempunyai uang, dengan uang mereka akan bisa berbuat apa saja untuk memproduksi berbagai ragam sajian yang dibutuhkan media massa. Bahkan media Barat sudah dikembangkan secara kapitalis. Dengan kata lain, media massa Barat sudah dikembangkan menjadi industri yang juga mementingkan laba. Negara barat juga mempunyai teknologi modern yang

memungkinkan sajian media massa diproduksi secara lebih baik, meyakinkan dan “seolah nyata”. (Nurudin 2007)

Teori ini juga menerangkan bahwa ada satu kebenaran yang diyakininya. Sepanjang negara dunia ketiga terus menerus menyiarkan atau mengisi media massanya berasal dari negara Barat, orang-orang dunia ketika akan selalu percaya apa yang seharusnya mereka kerjakan, pikir dan rasakan. Perilaku ini sama persis seperti yang dilakukan oleh orang-orang yang berasal dari kebudayaan Barat.

Analisis wacana dalam penelitian ini digunakan karena analisis wacana dapat mengetahui makna yang tersembunyi dari suatu teks. Berbeda dengan analisis ini yang hanya menganalisis apa yang ada dalam teks tanpa melihat apakah si pembuat teks mempunyai kepentingan dari artikel tersebut. Dengan menggunakan analisis wacana, akan dapat diketahui bahwa teks-teks yang ada dalam suatu artikel bukanlah suatu yang netral. Teks-teks tersebut adalah praktek ideologis dari kelas dominan.

Analisis wacana tidak hanya meneliti tentang pesan suatu teks komunikasi melainkan juga dapat digunakan untuk mengkaji tentang makna yang ada dibelakang suatu pesan teks komunikasi melalui bahasa yang ada dalam pesan tersebut. Hal ini terkait dengan konsep wacana itu sendiri. Wacana bukan sesuatu yang netral, karena dibelakang wacana pasti ada kuasa dan ideology kekuasaan akan mengartikulasikan ideologi pengetahuannya melalui wacana. Sehingga dengan menggunakan analisis wacana maka akan terlihat siapa dan dengan maksud apa ideologi memproduksi suatu wacana. Dengan demikian tujuan analisis wacana bukanlah untuk mencari apa yang sebenarnya terjadi, tetapi bagaimana suatu aktor memproduksi kebenaran pada atas suatu wacana. (Eriyanto, 2001).

Wacana oleh Van Dijk digambarkan memiliki tiga dimensi, yaitu yang pertama adalah teks, dimana dalam dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Yang kedua adalah kognisi sosial, dimana analisis wacana tidak hanya membatasi perhatiannya pada struktur teks yang diproduksi. Menurutnya perlu adanya penelitian mengenai kognisi sosial dalam kesadaran komunikator yang membentuk teks tersebut. Dengan

adanya analisis kognisi sosial akan dapat diketahui makna tersembunyi dari suatu teks. Dan yang ketiga adalah konteks sosial yang merupakan setting yang mencakup latar belakang, waktu, tempat dan situasi dari suatu peristiwa yang melahirkan suatu teks tertentu. Konteks digunakan untuk menggambarkan keadaan dan kondisi sosial, politik dan sejarah pada saat terjadinya kegiatan, proses atau peristiwa tertentu.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif tentang Bagaimana *imperialisme* budaya barat masuk ke Indonesia melalui rubrik *fashion* “*The CG! Look: Gaya Seleb*” pada majalah *Cosmogirl!* Indonesia.

Kerangka analisis Van Dijk berimplikasi bahwa setiap jenjang pengamatan mempunyai teknik pengumpulan data masing-masing. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa kerangka analisis Van Dijk terdiri dari tiga jejang, yaitu, teks, kognisi social, dan konteks social. Jadi teknik pengumpulan data dari kerangka analisis wacana Van Dijk dapat dilihat dalam tabel 1. (Eriyanto 2001)

**Tabel 1.** Jenjang Pengumpulan Data

Jenjang	Metode Pengumpulan Data
<b>Teks:</b> Menganalisis bagaimana strategi wacana dan stretegi tekstual yang dipakai oleh majalah <i>Cosmogirl!</i> Indonesia dalam menggambarkan produk-produk budaya barat	<i>Critical linguistic</i> (struktur wacana Teun A. van Dijk)
<b>Kognisi sosial:</b> Menganalisis bagaimana kognisi wartawan majalah <i>Cosmogirl!</i> Indonesia dalam hubungannya dengan <i>imperialisme</i> budaya	Wawancara mendalam
<b>Konteks Sosial:</b> Menganalisis bagaimana wacana yang	Penelitian (studi) pustaka, penelusuran sejarah

berkembang dalam masyarakat tentang produk-produk budaya barat dalam proses *imperialisme* budaya

Sesuai dengan temanya, maka penelitian ini akan mengkaji teks (caption) yang ada dalam rubrik *fashion* “*the CG! Look*”, dengan artikel *Look: gaya Seleb* dalam majalah *Cosmogirl!* Indonesia. Artikel tersebut dipilih karena mengandung pesan-pesan yang eksplisit dan secara tidak disadari menjadi strategi dari kelompok dominan untuk memperoleh legitimasinya.

Majalah *Cosmogirl!* Indonesia dipilih sebagai objek dalam penelitian ini karena peneliti melihat sebageian besar isi dari majalah *Cosmogirl!* Indonesia Mengadopsi *Cosmogirl!* versi aslinya, khususnya pada pada rubrik *fashion* nya yang mengadaptasi budaya barat dalam 6 edisi.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu ada tiga level analisis, yaitu text, kognisi sosial, dan konteks. Pada level text, teknik analisis datanya adalah dengan menganalisis caption pada artikel “*Gaya Seleb*” majalah *Cosmogirl!* Indonesia dalam rubrik *fashion* “*The CG! Look*”.

Sesuai dengan struktur analisis teks wacana dari Van Dijk, maka perlu untuk menganalisis struktur tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik. Stuktur-struktur tersebut dalam analisis teks sangat penting karena melalui struktur-struktur tersebut strategi pengemasan pesan oleh media massa dapat diketahui. Selain itu juga dapat digunakan untuk melihat praktek ideologis dari kaum pemodal/budaya dominan. (Van Dijk, T. A., 1994)

### 1. Struktur Wacana Tematik

Topik atau tema merupakan gambaran umum, gagasan inti dari pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Tema yang disampaikan oleh komunikator memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran sosial, maksudnya dalah ketika komunikator memaparkan sebuah tema, maka pada waktu itu kesadaran sosial telah terbentuk. Dalam analisis struktur ini akan terlihat bagaimana rubrik *fashion* “*The CG! Look*” dalam *Look: Gaya Seleb*, ingin menekankan melalui tema-tema gaya busananya yang menggunakan patokan dari barat adalah gaya busana yang harus diadopsi.

## 2. Struktur Wacana Skematik

Analisis skematik merupakan salah satu cara untuk mengamati bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita. Dengan melakukan analisis skematik ini akan diketahui bagian mana yang didahulukan dan bagian mana yang bisa dijadikan strategi untuk menyembunyikan informasi penting.

## 3. Struktur Wacana Semantik

Semantik dikategorikan sebagai makna local, yaitu makna yang muncul dari hubungan antar kalimat, hubungan antar proposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks. Semantik tidak hanya mendefinisikan bagian mana yang penting dari struktur wacana, tetapi juga menggiring ke arah sisi tertentu dari suatu peristiwa. Strategi ini dimaksudkan untuk menggambarkan diri sendiri secara positif dan menggambarkan kelompok lain secara buruk.

## 4. Struktur Wacana Sintaksis

Strategi ini dilaksanakan untuk menampilkan diri sendiri secara positif dan lawan secara negative dengan menggunakan kata pemakaian ganti, aturan tata kata, pemakaian kalimat aktif dan pasif, peletakan anak kalimat dan pemakaian kalimat yang kompleks.

## 5. Struktur Wacana Stilistik

Pusat perhatian stilistik adalah *style*, yaitu cara yang digunakan komunikator untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai saran. Jadi *style* dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa yang mencakup diksi atau pilihan leksikal, struktur kalimat, majas dan pencitraan, serta pola rima.

## 6. Struktur Wacana Retoris

Wacana retoris adalah salah satu strategi yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana media massa mendefinisikan makna-makna tertentu. Rhetoric mempunyai fungsi persuasive dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak.

Pada level *kognisi sosial* adalah dengan menganalisis hasil wawancara mendalam dengan *key informant* yang memahami proses serta seluk-beluk proses penciptaan *caption* dan tata busana selebritis

yang ditampilkan dalam rubrik *fashion* “*The CG! Look: Gaya Seleb*” yang menampilkan dan menawarkan produk-produk serupa yang dikenakan oleh selebritis dunia yang ditampilkan pada rubrik tersebut.

Sedangkan pada level *konteks*, dilakukan studi literatur untuk mengaitkan temuan fakta dalam analisis teks (*caption*) dan analisis lapangan sesuai dengan kondisi sosial budaya yang ditinjau secara menyeluruh untuk melihat bagaimana Bagaimana *imperialisme* budaya barat tersebut masuk ke Indonesia melalui rubrik *fashion* “*The CG! Look: Gaya Seleb*” pada majalah *Cosmogirl!* Indonesia.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Wacana Teks (*Caption*) Rubrik *Fashion* “*GAYA SELEB*”

a. Tema: Refleksi kepentingan *communicator* dan budaya barat

Budaya barat dan kepentingan dari komunikator oleh *Cosmogirl!* dijadikan sebagai landasan dalam penyajian tema. Majalah *Cosmogirl!* dalam menyajikan tema gaya busana selalu mengikuti standar atau patokan budaya barat dan komunikator. Jadi dapat dikatakan bahwa *standing point* dari majalah *Cosmogirl!* adalah sebagai juru bahasa dari budaya dominan dan komunikator. Hal ini terlihat dalam tema-tema yang disajikan, diantaranya tata busana dengan menggunakan patokan artis Hollywood perlu untuk diadopsi supaya dapat tampil menarik dan mewah. Dalam rubrik tersebut disajikan bagaimana artis-artis *Hollywood* memiliki rahasia dalam berbusana yang dianggap oleh *Cosmogirl!* pantas untuk ditiru. Dimana kepantasan untuk ditiru tersebut sesuai dengan standar dari *Hollywood* yang mencerminkan budaya barat.



Gambar 3. Rubrik Fashion 'LOOK\_GayaSeleb' pada Majalah Cosmogirl!

Dengan tema *For Fake's sake* pada gambar 3 di atas, *Cosmogirl!* ingin menampilkan gaya *fashion Animal print, Bling-bling, Feathers, dan Leathers*, namun dengan bahan buatan atau palsu (imitasi). *Cosmogirl!* menunjukkan bahwa walaupun bukan terbuat dari bulu, kulit binatang ataupun perhiasan asli, tema *fashion* ini lah yang sedang *trend* diseluruh dunia pada saat ini dan juga digunakan oleh artis-artis *Hollywood* yang sedang naik daun seperti Katty Perry, Fergie 'The Black Eyed Pease', dan Kate Moss.



Gambar 4. Rubrik Fashion 'LOOK\_GayaSeleb' pada Majalah Cosmogirl!

Tema *The L Words* yang muncul pada *caption* gambar 4 di atas adalah tentang dua artis muda mancanegara yang sama-sama mempunyai inisial L, Yaitu Lykke Li yang seorang penyanyi indie dan Leven Rambin yang merupakan aktris muda berbakat. Lykke Li adalah artis barat (kelahiran Swedia) yang berprofesi sebagai penyanyi indie muda, dengan nama lengkap Li Lykke Timotej Zachrisson. Diceritakan juga bahwa Lykke Li punya banyak koneksi dengan musisi-musisi hebat seperti Kanye West, Bjorn Ytting, DJ Kleerup, Royksopp. Penyebutan salah satu hits lagunya (*Possibility*) sebagai soundtrack film *Newmoon* adalah penguat cerita bahwa tokoh obyek adalah orang yang terkenal dan berpengaruh di ranah selebriti dan hiburan. Teks di atas juga dibumbui dengan istilah-istilah asing (dalam bahasa Inggris) sebagai wujud "western".

Sedangkan Leven Rambin adalah cewek berumur 20 tahun yang berasal dari Texas bernama lengkap Leven Alice Rambin yang pada saat sekarang ini wajah cantiknya sering muncul di layar kaca dengan membintangi berbagai serial TV seperti *All My Children, Law & Order, Lipstick Jungle, Grey's Anatomy* dan *Terminator: The Sarah Connor Chronicles*. Diceritakan juga bahwa Rambin adalah seorang gadis tomboy namun suka tampil feminim.



Gambar 5. Rubrik Fashion 'LOOK\_GayaSeleb' pada Majalah Cosmogirl!

Dengan tema Musik & Gaya, gaya seleb edisi Maret menceritakan tentang dua band yang sama-sama berkiprah di dunia musik internasional dan berani tampil dengan gaya yang berbeda. Mereka adalah La Roux dan The Plastiscines. La Roux dengan Eleanor Jackson atau yang lebih dikenal dengan Elly Jackson dari band La Roux ini menjadi inspirasi banyak remaja di London, dengan penampilannya yang keren dengan model rambut pendek dan koleksi-koleksi pakaiannya yang terkesan *Boyish* dan berani tampil beda, seperti blazer, jaket sampai celana yang tabrak motif.

Sedangkan The Plastiscines yang beranggotakan Katty besnard, Marine Nevilly, Louise Basilien, Anoushka, dan Vandevyvere atau Anais ini memainkan musik dengan *genre indie pop* dan *garage rock* yang terinspirasi dari The White Stripes dan The Strokes. Lagu mereka pun dipakai dalam salah satu episode di serial *Gossip Girl*. Untuk urusan pakaian dan penampilan, band yang terdiri dari cewek-cewek Prancis ini selalu menyesuaikan dengan penampilan panggung mereka, yaitu bergaya *Punk feminine*.



Gambar 6. Rubrik Fashion 'LOOK\_GayaSeleb' pada Majalah Cosmogirl!

Pada edisi ini, rubrik gaya seleb bertemakan *Chic and Talented*, yang menceritakan dua artis muda Hollywood berbakat, Amanda Seyfried dan Carey Mulligan. Amanda Seyfried yang menyenangi gaya *chic* yang dipadukan dengan sentruhan *vintage* dan rambut *blonde* nya yang panjang. Amanda sudah menjadi model anak-anak sejak usia 11 tahun dan menjadi pemeran figuran dalam film *Mean Girls* dan semakin terkenal sejak beradu acting dengan Megan Fox dalam film *Jenifer's Body* dan menjadi pemeran utama dalam film *musical Mamma Mia*.

Sedangkan Carey Mulligan yang lahir ada 28 Mei 1985 ini juga adalah seorang aktris film, TV dan teater di Inggris yang memulai debut filmnya dengan beracting di film *Pride and prejudice* dan pentasan drama *Broadway* yang berjudul *The Seagull*. Carey yang selalu tampil dengan riasan yang "berani" selalu terlihat unik dengan gaya rambutnya yang pendek. Baru-baru ini ia dinominasikan sebagai aktris terbaik di *Golden Globe Award* untuk penampilannya sebagai Jenny dalam film *An Education*.



Gambar 7. Rubrik Fashion 'LOOK\_GayaSeleb' pada Majalah Cosmogirl!



*Gaya, Chic and Talented, Dress Galore, dan Ekstra Plus.*

Strategi yang digunakan oleh majalah *Cosmogirl!* dalam elemen analisis judul juga dengan penggunaan metafora: *animal print, chic, plus size = A +. bling-bling.*

Dari judul-judul diatas beserta strateginya, dapat dilihat bahwa struktur skematik dari rubik *Look: Gaya Seleb* menyajikan judul-judul menarik yang menyerang citra diri kita, terlepas dari apakah itu berbentuk ajakan, definisi atau metafora yang dapat menggugah kesadaran dari pembacanya. Tujuan *Cosmogirl!* menyajikan judul-judul tersebut untuk menarik minat para pembaca agar mau mengakui dan mengadopsi apa yang menjadi definisi dari sang *communicator* dan *Cosmogirl!* itu sendiri.

## B. Skematik: Menggambarkan situasi faktual yang membenarkan pengadopsian gaya busana yang ditawarkan

Situasi adalah proses atau jalannya peristiwa yang terdiri dari dua bagian, yaitu episode atau kisah utama dari berita yang disajikan dan latar untuk mendukung tema.

### leather

Sama seperti *animal print*, kamu yang cinta binatang pasti lebih memilih bahan kulit buatan. Miliki satu item dalam lemarmu dan gunakan pada setiap penampilan untuk sentuhan ekstra *edgy!* 

### feathers

Daripada mencabuti bulu asli dari hewan peliharaan, lebih baik pakai yang satu ini! Pilihan warnanya lebih beragam dan bentuknya pun macam-macam...

**Gambar 16.** Leather dan Feather, The CG Look : Gaya Seleb, *Cosmogirl!*

Gambar 16 memaparkan tentang style busana bermotif *leather* (kulit binatang) dan *feather* (bulu binatang) berbahan buatan yang menyerupai aslinya. Konsekuensi yang didapat dan dengan didukung oleh latar pada awal kalimat gambar 16 yang dipaparkan oleh *Cosmogirl!*, sama halnya dengan paparan pada

gambar 15, maka ketika kita menggunakan bahan buatan yang menyerupai bulu binatang (*feather*) dan kulit binatang (*leather*), kita tidak hanya melindungi binatang dari kepunahan dan tidak menyakiti binatang, namun juga akan terlihat menarik dan memperbaiki penampilan kita agar menjadi pusat perhatian dengan berbagai jenis dan beragam bentuk serta warna yang ditawarkannya.

Dengan melihat elemen judul dan situasi penceritaan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi semantic yang dilakukan oleh *Cosmogirl!* adalah menyajikan berita yang menguntungkan. Hal ini terlihat dari judul-judul yang memikat citra diri yang berusaha mengaja pembacanya untuk menggunakan model-model busana yang telah didefinisikan oleh *Cosmogirl!*. penyajian berita yang juga menguntungkan bagi *communicator* ini juga didukung adanya strategi situasi yang memaparkan tentang jalannya peristiwa dengan didukung konteks yang membantu untuk membenarkan argumen dan maksud sebenarnya.

## 1. Semantik: Penekanan makna western dalam ajakan mengadopsi gaya busana sebagai *Cosmogirl!* sejati

### a. Latar

Keberadaan latar dalam analisis wacana sangat penting karena dipergunakan untuk menegaskan makna yang ingin ditampilkan. Jadi, latar yang disajikan akan menentukan kearah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Latar pada umumnya ditampilkan diawal, sebelum pendapat dari *Cosmogirl!* dan *communicator* yang sebenarnya muncul dengan maksud mempengaruhi. Strategi latar yang yang digunakan oleh *Cosmogirl!* adalah dengan cara menyajikan suguhan yang memberi konteks terhadap judul secara khusus dan tema secara umum.

### bling bling

Mungkin belum saatnya kamu punya perhiasan asli yang berkilau. Tidak masalah! Siasati dengan aksesoris *bling bling* yang bikin penampilanmu makin 'bersinar'...

Barang dari bahan buatan atau palsu (baca: bukan barang bajakan, lho!) memang kualitasnya tidak sebagus yang asli. Tapi dengan alasan yang baik, kamu juga bisa tetap tampil cantik!



Dua cewek berinisial L ini bergerak di bidang yang sama sekali berbeda: Lykke Li merupakan seorang penyanyi indie, sementara Leven Rambin adalah aktris muda berbakat. Signature style mereka juga berbeda - Lykke identik dengan pakaian hitam dan Leven terkenal dengan pilihan kostumnya yang warna-warni. But in the end, both of them share an exquisite fashion taste!

**Gambar 25.** The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!

*Plus size = A+. Betul banget! Ukuran ekstra tubuhmu malah bisa bikin kamu tampil lebih maksimal. Intip saja seleb berikut dengan koleksi pilihan mereka!*

**Gambar 26.** The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!

Pada gambar 24, terlihat antara kalimat pertama dan terakhir tidak berhubungan, apakah ada hubungan antara memiliki busana animal print agar kita peduli terhadap binatang dengan menjadi seorang *Cosmogirl!* Sejati?. Namun dengan penggunaan kata-kata yang baik, maka akan terlihat koheren dan berhubungan. Setelah memiliki dan memakai busana dari motif *animal print* yang berbahan dasar buatan, maka *recipients* tersebut secara otomatis akan menjadi pusat perhatian dan menjadikannya sebagai seorang *Cosmogirl!* Sejati.

#### b. Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat pasif dan aktif dengan memposisikan diri sebagai subjek digunakan untuk membentuk hubungan antara susunan S-P-O (Subjek-Predikat-Objek). Untuk kalimat bukan hanya persoalan teknis tentang kebenaran tata bahasa, tetapi juga menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat berstruktur aktif, seseorang menjadi objek dari pernyataannya.

Dalam rubrik *Look: Gaya Seleb*, kalimat-kalimat yang digunakan adalah kalimat aktif dan pasif. Namun meskipun menggunakan kalimat aktif dan pasif, keduanya dapat melebur menjadi satu.

Gambar 25 merupakan bentuk kalimat aktif. Dalam hal ini yang menjadi subjek adalah dua artis yang sama-sama berinisial L, Lykke Li dan Leven Rambin, dan *Cosmogirl!* sebagai *communicator* yang menentukan pendefinisian maknanya. Para *recipients* atau pembaca sebagai pihak pasif, yang menerima definisi makna dari *communicator*. Jika dihubungkan dengan gambar diatas, maka yang

mendefinisikan agar tampilan bisa mempesona seperti kostum warna warni yang disukai oleh Leven Rambin dan pakaian hitam yang diidentikkan dengan Lykke Li adalah *Cosmogirl!*. sedangkan pembaca hanyalah sebagai pasif yang memilih style mana yang di tawarkan oleh *Cosmogirl!* yang cocok dengan karakter *recipients* itu sendiri.

Gambar 26 adalah merupakan bentuk kalimat pasif, namun tetap terlihat bagaimana *Cosmogirl!* tetap berada sebagai pihak yang aktif. Dimana pihak *Cosmogirl!* mendefinisikan bahwa tampilan yang bisa membuat seseorang maksimal adalah tampilan seseorang dengan ukuran tubuh yang besar (*big size*) seperti halnya selebritis yang berbadan besar yang dijabarkan oleh *Cosmogirl!*. para *recipients* sebagai pihak pasif yang menerima model tata busana seperti apa yang di tawarkan oleh *Cosmogirl!* untuk mereka yang kurang percaya diri dengan ukuran tubuhnya yang besar, agar bisa tampil maksimal dan menarik perhatian dengan tata busana yang ditawarkan *Cosmogirl!*.

Dengan adanya analisis seperti diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Cosmogirl!* dan *communicator* selalu menjadi pihak aktif. Sedangkan *recipients* atau pembaca berada di pihak pasif. Jadi, kedudukan dari *recipients* adalah sebagai pihak yang menerima dan memilih, model-model busana seperti apa yang dikonstruksi dan sudah didefinisikan oleh *Cosmogirl!* dan *communicator*. Tujuan *Cosmogirl!* selalu memposisikan dirinya sebagai subjek semakin membuktikan bahwa dirinya dan adalah corong dari *communicator* dan budaya dominan.

Intip parade gaun seleb di atas *red carpet* pada beberapa acara penghargaan bergengsi! Curi inspirasi dan padukan dengan aksesoris pesta yang tepat agar kamu tampil 'bersinar' sepanjang malam...

**Gambar 27. The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!**

c. Penggunaan Kata Ganti

Kata ganti dipakai untuk menunjukkan posisi seseorang atau kelompok dalam suatu wacana. Dalam *Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!* banyak menggunakan kata ganti bahasa yang lebih 'gaul' agar terkesan menyatu dan dekat secara *personal* dengan *recipients* yang kebanyakan adalah para remaja. Misalnya untuk kata 'perempuan = cewek', 'anda = kamu', 'selebritis (artis) = seleb'.

**C. Stilistik: Pemilihan kata asing agar terlihat menarik, mencolok dan bergengsi**

**leather**

Sama seperti *animal print*, kamu yang cinta binatang pasti lebih memilih bahan kulit buatan. Miliki satu item dalam lemariimu dan gunakan pada setiap penampilan untuk sentuhan ekstra *edgy!*

**Gambar 28. The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!**

Bahasa asing yang digunakan pada gambar 28:  
*Ekstra edgy*

Sama-sama 'rising' berkat bakat akting dan kerja keras, **Carey Mulligan** dan **Amanda Seyfried** juga terkenal karena penampilan mereka. Keduanya selalu terlihat nyaman dan stylish dengan gaya *chic* yang dibawakan secara berbeda. Jadi penasaran, kan?

**amanda Seyfried**

Aktris yang beradu akting bareng **Megan Fox** di film **Jennifer's Body** ini semakin terkenal saja. Setelah menjadi model anak-anak di usia 11 tahun dan pemeran figuran di film **Mean Girls**, Amanda melesat lebih tinggi! Cewek yang pernah mengambil kursus vokal saat masih duduk di bangku SMA ini tampil sebagai pemain utama dalam film musikal **Mamma Mia**. Soal *fashion*, cewek berumur 24 tahun ini juga terus 'bersinar' lewat penampilan *chic* dengan sedikit sentuhan *vintage* yang pas sama rambut panjangnya. *Oh, so pretty!*

**Gambar 30. The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!**

Intip parade gaun seleb di atas *red carpet* pada beberapa acara penghargaan bergengsi! Curi inspirasi dan padukan dengan aksesoris pesta yang tepat agar kamu tampil 'bersinar' sepanjang malam...

**Gambar 31. The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!**

Bahasa asing yang digunakan pada gambar 30:  
*Rising, stylish, so pretty.*

Elemen ini menandakan bagaimana *Cosmogirl!* melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Pilihan kata yang dipakai menunjukkan sikap dan ideologi tertentu. Dalam rubrik *Look: Gaya Seleb*, banyak penggunaan bahasa asing yang dipakai oleh *Cosmogirl!* untuk menggambarkan sesuatu, baik itu model busana ataupun sang artis itu sendiri agar terkesan lebih menarik, *simple* (mudah) dan pendek (tidak memakan tempat yang banyak seperti halnya dalam bahasa Indonesia).

**D. Retoris: Visualisasi pesan persuasif dan penempatan diri Cosmogirl! sebagai pihak aktif**

Struktur wacana retoris mempunyai fungsi persuasif dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak.

a. Interaksi

Interaksi adalah salah satu strategi dari *Cosmogirl!* untuk mengetahui bagaimana *Cosmogirl!* menempatkan posisinya di antara khalayak. Dalam rubriknya, *communicator* menempatkan diri sebagai pihak yang aktif dalam mendefinisikan makna, busana mana yang harusnya dipakai pada suatu waktu dan tempat tertentu serta busana apa yang cocok dengan karakter pribadi si pembaca atau *recipients*.

Dari gambar 31 tersebut terlihat bagaimana *Cosmogirl!* Mendefinisikan makna gaya busana seperti apa yang harus dikenakan untuk acuan *recipient* pergi mengadiri suatu acara atau pesta. *Cosmogirl!* Mengarahkan dan menawarkan *recipients* agar mengadopsi gaya busana gaun pesta yang dipakai oleh para selebritis dan memadukan dengan aksesoris yang tepat seperti yang ditawarkan oleh *Cosmogirl!*.

b. Grafis

Elemen ini dimaksudkan untuk membantu menonjolkan bagian penting atau menghilangkan bagian tertentu yang dari teks yang disampaikan. Dalam teks, biasanya grafis muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain, grafik, gambar, atau tabel untuk mendukung arti penting suatu pesan.

**bling bling**

Mungkin belum saatnya kamu punya perhiasan asli yang berkilau. Tidak masalah! Siasati dengan aksesoris *bling bling* yang bikin penampilanmu makin 'bersinar'...

**animal print**

Roaar, *animal print* is back! Yang satu ini lebih baik dimiliki dari bahan buatan agar para binatang tetap aman. Peduli binatang sekaligus menjadi pusat perhatian? Itu baru namanya CosmoGIRL! sejati...

**feathers**

Daripada mencabuti bulu asli dari hewan peliharaan, lebih baik pakai yang satu ini! Pilihan warnanya lebih beragam dan bentuknya pun macam-macam...

**leather**

Sama seperti *animal print*, kamu yang cinta binatang pasti lebih memilih bahan kulit buatan. Miliki satu item dalam lemarmu dan gunakan pada setiap penampilan untuk sentuhan ekstra edgy!

Gambar 32. The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!

Pada keempat *caption* yang terdapat dalam gambar 32 diatas, judul dengan ukuran *font* yang lebih besar serta di *block* dengan warna warna terang telah menunjukkan sebuah elemen grafis. Dimana tujuan dari bentuk judul yang dibuat oleh *Cosmogirl!* Dengan semenarik mungkin adalah ingin memberikan penekanan tentang pendefinisian mana *style* busana dengan tema yang ingin ditampilkan, seperti: tema 'BLING BLING', tema ANIMAL, tema FEATHER, dan tema LEATHER, yang tertera di gambar 32.

Dalam rubrik Look: Gaya Seleb, elemen grafis juga muncul dalam bentuk gambar, seperti berikut:



Gambar 34. The CG Look: Gaya Seleb, Cosmogirl!

Dengan adanya elemen grafis dalam bentuk gambar, maka proses untuk mengkonstruksi akan lebih efektif dan efisien sesuai dengan apa yang ingin didefinisikan oleh *Cosmogirl!*. pembaca disuguhi dengan gambar-gambar menarik beserta model-modelnya yang merupakan artis mancanegara, sehingga *recipients* dengan mudah dapat membayangkan, meniru/mengadopsi sesuai dengan apa yang disajikan dan ditawarkan.

### E. Analisis Kognisi Sosial Rubrik Fashion "THE CG! LOOK: GAYA SELEB"

*Cosmogirl!* dalam kognisi sosial mempunyai kekuasaan dan kekuatan melalui rubrik *fashion* nya dalam mempengaruhi khalayak, dengan memasukkan nilai-nilai dan norma-norma barat yang diusungnya kedalam nilai-nilai dan norma-norma timur secara perlahan melalui gaya berbusana yang ditawarkannya. *Cosmogirl!* mempunyai kemampuan untuk menjalankan peran ideologis dengan menampilkan nilai-nilai tertentu dari masyarakat barat, sehingga menjadi nilai yang dominan dan menjadi kiblat atau tuntunan bagi masyarakat timur yang dinilai mempunyai prilaku konsumtif dan suka meniru dengan alasan *prestige* yang merujuk pada pengadopsian perilaku dan nilai-nilai yang dianggap dapat merubah gaya hidup mereka menjadi lebih berkelas dan menarik.

Berdasarkan konteks sosial tersebut, hasil temuan yang didapat adalah:

#### a. Komersil

*Cosmogirl!* yang berorientasi profit/bisnis memiliki kekuasaan atas isi berita dan memproduksi teks tersebut dengan melihat konteks sosial masyarakat Indonesia yang sangat konsumtif, yang beranggapan bahwa jika tidak mengkonsumsi barang-barang *bermerk* dan kebarat-baratan tersebut, maka ia akan dinilai sebagai masyarakat yang ketinggalan zaman atau tidak gaul. Berlatarbelakang itulah, maka *Cosmogirl!* dapat dengan mudah memasukkan nilai-nilai atau unsur-unsur budaya barat yang nantinya akan diadopsi oleh remaja Indonesia.

#### b. Imperialisme

Dalam analisis teks (*caption*), sudah terlihat jelas bagaimana *Cosmogirl!* dengan strateginya telah mengkonstruksi dan mendefinisikan makna mengarahkan kepada *recipients* bahwa gaya hidup seperti yang *Cosmogirl!* tawarkan itulah yang perlu untuk diadopsi. Dengan adanya strategi-strategi yang dilakukan tersebut, *Cosmogirl!* telah memposisikan dirinya sebagai agen dari *imperialisme* yang

mengkonstruksi dan mengarahkan gaya hidup kita secara langsung maupun tidak. Proses *imperialisme* yang dilakukan oleh *Cosmogirl!* dapat terlihat dalam konstruksi terhadap gaya busana yang ditawarkan adalah perlu untuk diadopsi agar lebih terlihat menarik dan tidak ketinggalan jaman.

Majalah *Cosmogirl!* sebagai agen *imperialisme* budaya bergerak dalam wacana industri budaya dan akan tetap menjadikannya sebagai agen, karena kapitalisme budaya sebagai subyek yang mampu menentukan gaya hidup apa yang harus diadopsi oleh massa yang sangat membutuhkan media massa sebagai agen untuk menyebarkan ideologinya.

#### c. Ideologi

Keberadaan *Cosmogirl!* sebagai agen *imperialisme* budaya dengan melihat strategi-strategi yang dilakukannya bukanlah sebagai suatu hal yang berdiri sendiri, akan tetapi berada dalam suatu konteks yang melatarbelakanginya. Keberadaan *Cosmogirl!* dalam posisinya sebagai agen dari *imperialisme* budaya berada dalam suatu medan wacana serta melingkupi para pelibat wacana. Peran dari majalah *Cosmogirl!* sebagai bagian dari agen *imperialisme* budaya dapat ditangkap sebagai salah satu bentuk dari ideologi yang diusung *Cosmogirl!*. dalam bab III dijelaskan tentang pelibat wacana yang mengatur ideologi *Cosmogirl!* yang mengikuti apa yang telah didefinisikan oleh majalah Induknya (*hearst Magazine*) yang dilihat dari teks-teks yang mereka sajikan.

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

*Cosmogirl!* merupakan salah satu majalah *franchise* dari Amerika yang memuat banyak konten yang mengadopsi majalah luar negeri yang memuat beragam gaya berbusana dan bagaimana cara mendapatkannya yang ditawarkan oleh *Cosmogirl!* yang secara tidak langsung merupakan praktek dari budaya massa yang secara sadar maupun tidak menyebarkan ideologi nya dengan cara mendoktrin remaja dengan apa yang menurut mereka seharusnya dikonsumsi oleh remaja tanpa menghiraukan apakah itu sesuai atau tidak, apakah sebenarnya cocok dengan gaya berpakaian ala Indonesia atau tidak. Peran *Cosmogirl!* sebagai agen *imperialisme* budaya

tidak hanya berhenti pada posisinya dalam menginformasikan gaya hidup ala barat, namun juga telah mendefinisikan makna bahwa gaya hidup barat adalah gaya hidup yang benar dan wajar, serta patut untuk ditiru dan diadopsi agar bisa tampil lebih menarik dan tidak ketinggalan jaman.

Dengan adanya analisis teks rubrik *fashion The CG Look: Gaya Seleb*, terlihat bagaimana strategi-strategi yang dilakukan untuk membentuk suatu pembenaran bahwa definisi makna yang dimiliki dan ditawarkan oleh *communicator* adalah benar dan logis. Aktor-aktor yang terlibat dalam pembentukan wacana, yaitu para pelibat wacana, membentuk suatu wacana tersebut agar terlihat wajar dan logis dimata khalayak. Mereka membentuk konsensus dan pembenaran atas definisi makna yang mereka buat demi kepentingan para pelibat wacana tersebut.

Nilai-nilai yang dikenalkan oleh *Cosmogirl!* terlihat dalam tema-tema pada rubrik *fashion The CG Look: Gaya Seleb* terlihat bagaimana *Cosmogirl!* menyajikan model *fashion* yang sedang trend dan tentu saja didukung dengan strategi-strategi yang menampilkan sisi positif dari gaya berbusana ala barat. Strategi-strategi tersebut dilakukan oleh *Cosmogirl!* dengan cara menyerang citra diri kita sebagai remaja wanita yang pastinya ingin tampil semenarik mungkin.

Keberhasilan *Cosmogirl!* atas pengakuan makna sebagai agen dari *imperialisme* budaya yang mengkonstruksi dan mendefinisikan gaya hidup jaman sekarang adalah gaya hidup ala barat lah yang harus diadopsi oleh remaja Indonesia yang ingin selalu tampil menarik dan tidak ingin dianggap *kuiper* serta ketinggalan jaman. Konstruksi pengadopsian budaya berbusana ala barat yang ditawarkan oleh *Cosmogirl!* tersebut dilakukan secara halus yang dimulai dengan judul yang menarik dan menyerang citra diri *recipients* serta bertujuan untuk mengajak. Hal tersebut diperkuat oleh *communicator* sebagai agen dari kapitalis yang menyuplai produk-produk yang ditampilkan *Cosmogirl!* pada setiap edisinya dan produk-produk budaya yang diproduksi oleh kapitalis dapat diketahui dan diadopsi oleh khalayak.

*Imperialisme* budaya adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh kapitalisme dengan cara menghegemoni wacana tentang *fashion* yang

memuat para selebritis yang diidolakan remaja sekarang, agar para remaja tertarik dan berusaha untuk mengadopsi apa yang ditampilkan dan ditawarkan oleh *Cosmogirl!* dan *communicator* dengan memaparkan tata busana yang bergaya ala selebritis dunia adalah suatu kebutuhan yang harus dimiliki oleh remaja Indonesia masa kini sebagai cara untuk bisa tampil menarik, percaya diri dan tidak ketinggalan jaman.

*Cosmogirl!* sebagai corong, yang menjelaskan dan memberi makna keberadaan gaya busana dengan standar barat. Hal tersebut terlihat dari kecendrungan masyarakat Indonesia, khususnya remaja sekarang ini yang lebih memilih budaya asing yang pada dasarnya tidak sesuai dengan kepribadian bangsa kita yang dulunya sangat menjunjung tinggi norma kesopanan sebagai kiblat mode yang lebih praktis dan sesuai dengan perkembangan zaman. Sekarang ini yang terjadi adalah norma-norma kesopanan tersebut telah berubah mengikuti dan seiring dengan perkembangan jaman yang cenderung menggunakan pakaian yang minim bahan yang memperlihatkan bagian tubuh yang seharusnya tidak kelihatan.

Oleh karena itu, ketika kita akan mengadopsi segala hal yang berhubungan dengan hal-hal baru, termasuk gaya hidup ala barat yang bertentangan dengan nilai-nilai yang ada dimasyarakat kita Indonesia, maka perlu lah untuk dipikirkan dan di saring, mana yang memang benar-benar baik dan pantas untuk ditiru dan mana yang tidak. Karena dalam era globalisasi seperti sekarang ini, tidaklah mungkin apabila kita tidak berinteraksi dengan dunia luar dan masyarakat barat dan belahan dunia yang lain. Saran penulis, kita haruslah bisa memilah dan menyaring apa saja hal yang baik untuk kita tiru dan adopsi dan apa hal-hal yang tidak sesuai dengan budaya dan norma kita dengan menggunakan akal budi pikiran kita, bukan hanya sekedar mengikuti arus jaman. Dengan demikian, maka kita akan menjadi remaja wanita Indonesia yang *smart* dan tidak mudah terjerumus dalam budaya konsumerisme.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007
- Abrar, Ana Nadhya. *Mengurai Permasalahan Jurnalisme*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Barnard, Malcolm. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Bandung: Jalasutra, 2008.
- Chaney, D. *Lifestyle : Sebuah Pengantar Komprehensif (terj.)*, Yogyakarta: Jalasutra 1996.
- Eriyanto, *Analisis Wacana*, Yogyakarta: LKIS, 2001. Hal 66
- Eriyanto, *Analisis Wacana*, Yogyakarta: LKIS, 2001.
- Jorgensen, M.W, Phillips L.J, *Analisis Wacana, teori dan Metode*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta. 2007.
- Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication*. Thomson-Wadsworth: California, 2004.
- Majalah *Cosmogirl!* Indonesia edisi Januari sampai dengan Juni 2010
- Prayudhi, *Jurnal Ilmu Komunikasi, Analisis Tekstual: Pemahaman Akademis*
- Van Dijk, Teun A., *Discourse and Cognition in Society*, dalam David Crowley dan David Mitchell, *Communication Theory Today*, Cambridge, Polity Press, 1994.