

KONSTRUKSI IDENTITAS GLOBAL DAN LOKAL DALAM MAJALAH

***GOGIRL!* : SEBUAH HIBRIDITAS**

(Analisis Semiotik Majalah *Gogirl!* Edisi 101 Bulan Juni Tahun 2013)

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Mediana Utami

20140530186

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Publikasi dengan Judul:

**KONSTRUKSI IDENTITAS GLOBAL DAN LOKAL DALAM MAJALAH
GOGIRL! : SEBUAH HIBRIDITAS**

Oleh:

Mediana Utami

20140530186

Yang Disetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Muria Endah Sokowati, S.IP, M.Si

ABSTRAK

Majalah *Gogirl!* mempunyai kemasan yang sama dengan majalah remaja lainnya yang mayoritas membahas tren masa kini. Secara kasat mata majalah tersebut didominasi oleh budaya global khususnya identitas Barat, namun nyatanya identitas lokal kerap ditampilkan dalam setiap rubriknya. Analisis semiotik Roland Barthes digunakan untuk menunjukkan tanda-tanda yang dapat menggambarkan bagaimana konstruksi identitas lokal dan global. Majalah *Gogirl!* sebagai produk hibriditas menunjukkan bahwa dalam resistensi pada budaya lain yang masuk ke dalam tataran lokal, dapat dilakukan dengan menerimanya tanpa menghilangkan salah satu budaya. Lalu, konstruksi yang terbentuk bahwa keberadaan identitas Barat menunjukkan adanya negosiasi dalam konten majalah yaitu dengan penggunaan Bahasa Inggris dalam bahasa campurannya ataupun menggunakan identitas Barat sebagai inspirasi. Identitas Barat sebagai budaya superior dalam hibriditas memberikan peluang bagi budaya lokal untuk menampilkan identitasnya. Sebagai pihak terjajah atau inferior, identitas lokal menjadi subjek yang aktif dalam mengekspresikan identitasnya ketika berada dalam tataran global melalui hibriditas. Terlihat melalui adanya unsur identitas lokal yang menunjukkan semangat lokalisme dalam konten artikel yang dituliskan.

Keyword: *Hybrid Culture*, Hibriditas, Budaya, Global, Lokal, Majalah.

ABSTRACT

Gogirl! magazine has the same packaging as other teen magazines which mostly discuss current trends. In plain view the magazine is dominated by global culture, especially Western identity, but in fact local identity is often shown in each section. Semiotic analysis by Roland Barthes is used to show signs that can describe how local and global identity construction. *Gogirl!* magazine as a hybridity product shows that in resistance to other cultures, it can be done by accepting it without rejecting one culture. Then, the construction that was formed the existence of a Western identity indicates the existence of negotiations in magazine content, namely by using English in its mixed language or using Western identity as inspiration. Western identity as a superior culture in hybridity provides an opportunity for local culture to show its identity. As parties colonized or inferior, local identity becomes an active subject in expressing their identity while on a global level through hybridity. It can be seen through the existence of elements of local identity that show the spirit of localism in the content of articles written.

Keyword: Hybrid culture, Hybridity, Culture, Global, Local, Magazine.

Pendahuluan

Majalah merupakan salah satu sumber inspirasi bagi sebagian remaja Indonesia dalam membentuk gaya hidup mereka. *Gogirl!* menjadi salah satu majalah remaja yang cukup eksis yang penyajiannya tidak jauh berbeda dengan majalah waralaba di Indonesia. Setiap edisi, rata-rata majalah *Gogirl!* mempunyai 35 lebih rubrik yang dimuat secara berkelanjutan. Terdapat 22 rubrik yang membahas mengenai berbagai hal yang merujuk pada isu-isu global dan 13 rubrik mengenai tren maupun isu lokal. Isu budaya global ini dapat berupa rubrik yang membahas informasi selebriti *Hollywood*, inspirasi gaya fesyen yang berkiblat pada mode ala Barat, rekomendasi film ataupun lagu Barat, dan lainnya. Isu lokal yang dituliskan dapat berupa pembahasan budaya lokal Indonesia, informasi *event* lokal, *styling* menggunakan produk serta model lokal, dan sebagainya.

Majalah *Gogirl!* edisi 101 bulan Juni tahun 2013 dipilih menjadi objek penelitian yang di dalamnya mengandung berbagai macam isu budaya global yang

merujuk pada identitas budaya Barat seperti yang disebutkan pada paragraf di atas. Majalah *Gogirl!* sebagai produk *hybrid culture* terdapat dua budaya yang saling mempengaruhi satu sama lain serta memiliki identitasnya tersendiri. Identitas yang tertanam pada majalah *Gogirl!* mayoritas identitas budaya global, namun identitas lokal masih terlihat melalui berbagai macam tema lokal dalam artikel yang dibahas. Hal tersebut merupakan dampak dari majalah *Gogirl!* sebagai produk hibriditas yang tentunya konten identitas lokal tetap dituliskan. Maka, hal tersebut memperlihatkan bagaimana konstruksi yang terbentuk antara identitas budaya global dan lokal.

A. Metode Penelitian

Majalah ini akan diteliti menggunakan metode analisis semiotika melalui pendekatan kualitatif. Menurut Hidayat dalam Christomy & Yuwono (2004:78) Semiotik itu sendiri merupakan teori dan analisis berbagai tanda (*signs*) dan pemaknaan (*signification*), di mana pada dasarnya ahli semiotik melihat kehidupan sosial dan budaya sebagai pemaknaan bukan sebagai esensial objek. Analisis semiotik tersebut akan digunakan untuk mengetahui permasalahan yang diteliti yaitu fokus terhadap tanda-tanda mengenai konstruksi budaya lokal dan global yang terdapat dalam teks di majalah.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif berupa analisis semiotika milik oleh Roland Barthes. Melalui pemilihan teks yang sudah dipilih terlihat makna denotasi yang terkandung didalamnya, di mana makna denotasi yaitu makna yang sebenar-benarnya. Selanjutnya juga terlihat sehingga dapat menjelaskan makna konotasi serta mitos di dalamnya.

Kerangka Teori

1. Media sebagai Sarana Meluasnya Globalisasi

Penggunaan media massa maupun media baru menjadi penghubung tanpa batas dalam menyalurkan identitas budaya global dari negara superior. Media massa seakan sudah menjadi kebutuhan wajib dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia saat ini yang digunakan untuk memperdalam pengetahuan serta mengetahui berbagai berita terkini, sehingga mempengaruhi bagaimana setiap individu memahami suatu realitas sosial yang ada. Hal tersebut pada era ini

disebutnya dengan “*media saturated world*” yaitu saat di mana adanya pemisah yaitu media massa terhadap kehidupan manusia, dan cara kita melihat memandang, memahami dan berperilaku terhadap realitas sosial yang telah di antarai oleh media massa (Ida, 2014:3).

Negara Barat mencoba mengeksplor identitas lokal mereka yang kemudian disebarkanluaskan ke seluruh dunia sebagai identitas global yang dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Sebagaimana yang disebutkan oleh Mubah (2015:32), yaitu negara-negara maju merupakan aktor utama dalam proses globalisasi yang selama ini berlangsung. Mereka memiliki *power* dalam proses globalisasi. Negara Barat dinilai mampu menguasai teknologi informasi dan komunikasi, lalu dengan mudahnya mereka menyebarkan budayanya.

Indonesia tidak dapat sepenuhnya menahan budaya asing yang masuk. Batas-batas kedaulatan negara tidak mampu menahan masuknya budaya dari negara lain meskipun budaya itu memiliki perbedaan besar (Mubah, 2015:37). Budaya global yang masuk secara perlahan diterima masyarakat. Walaupun pada dasarnya tidak semua aspek budaya yang masuk diadopsi. Globalisasi mengakibatkan masyarakat mengonsumsi budaya global yang sama sehingga mereka dapat disebut homogen. Seperti Ritzer (2006:97) berpendapat bahwa keunggulan lokal akan cenderung berhubungan dengan heterogenitas sementara dominasi global akan lebih dihubungkan dengan homogenisasi. Bersifat homogen tidak mengartikan bahwa budaya terdahulu yaitu lokal sepenuhnya hilang, karena kerap adanya upaya yang dilakukan untuk mempertahankan budaya tersebut.

2. Konstruksi Identitas Global dan Identitas Lokal

Kita tahu bahwa budaya yang berada dalam lingkungan masyarakat yakni sebuah representasi. Proses penggambaran realitas di benak manusia tentunya dipengaruhi oleh berbagai macam pengalaman yang dialami. Namun dalam menafsirkan sesuatu tentu saja tetap bersandar pada pandangan awal, prasangka, motivasi dan kepentingan kita sendiri (Rivers dkk, 2003:30). Beberapa faktor di atas mempengaruhi penggambaran suatu realitas budaya yang menyebabkan setiap individu ataupun kelompok berbeda dalam menafsirkan. Sama halnya dengan budaya lokal di Indonesia, globalisasi mempengaruhi bagaimana penggambaran

budaya lokal itu sendiri. Berbagai cara masyarakat mempertahankan budaya lokal ini, salah satunya dengan cara membentuk suatu *hybrid culture* antara budaya lokal dengan budaya global.

Kebudayaan baru yang datang dan masuk ke dalam tatanan budaya lama atau terdahulu akan menggeser sistem kebudayaan tersebut. Menurut Maunati (2004:31), Konstruksi identitas budaya bersifat kompleks sebagian karena konstruksi ini merupakan salah satu produk sejarah. Identitas kebudayaan itu sendiri bisa berubah dan diubah tergantung pada konteksnya, pada kekuasaan, dan *vasted interest* yang bermain. Terdapat perbedaan yang signifikan antara identitas budaya lokal dan budaya global. Identitas yang tertanam pada setiap kebudayaan memiliki ciri khasnya tersendiri, hal tersebut yang membedakan budaya satu dengan lainnya. Identitas budaya ini merupakan kesadaran terhadap karakteristik khusus kelompok yang dimiliki seseorang dalam hal kebiasaan hidup, adat bahasa dan nilai-nilai (Dorais dalam Santoso, 2006:45).

Media dengan segala kepentingannya menyebarkan segala aspek-aspek budaya global secara luas. Masyarakat pun berbondong-bondong mengonsumsi budaya global secara bersama-sama. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat menjadi homogen, seperti halnya konsep restoran cepat saji *McDonald's* yang memberi dampak homogenisasi di banyak tempat di dunia. Konsep tersebut dikenal dengan McDonaldisasi, di mana menurut Ritzer (2006:109-111) konsep McDonaldisasi merupakan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip restoran cepat saji yang mulai mendominasi dari zona masyarakat Barat dan sejumlah masyarakat besar, di mana pengaruh yang disebabkan meningkat diseluruh dunia. Namun dalam hal ini McDonaldisasi tidak terbatas pada industri cepat saji dan tidak juga pada Amerika Serikat, di mana McDonaldisasi adalah sebuah proses perubahan global yang luas dan jauh jangkauannya.

Kearifan lokal yang sudah menjadi pedoman bermasyarakat pun tidak dapat sepenuhnya menyaring dampak dari globalisasi yang masuk. Globalisasi mengakibatkan masyarakat masuk dalam tatanan desa global, sehingga masyarakat menganggap budaya lokal menjadi kurang relevan dengan perkembangan zaman

pada saat ini, sehingga adanya perubahan dalam memandang nilai yang terkandung dalam budaya lokal tersebut.

Budaya global yang bersifat universal juga menjadi salah satu faktor masyarakat. Nilai-nilai kebudayaan luar yang beragam menjadi dasar dalam pembentukan sub-sub kebudayaan yang berdiri sendiri dengan kebebasan-kebebasan ekspresi. Nyatanya, sebagian budaya lokal mampu beradaptasi sekaligus bertransformasi dengan perkembangan teknologi yang dibawa oleh globalisasi. Sebagai contoh, saat memudarnya budaya lokal di Indonesia, kesenian tradisional Ketoprak mampu bertahan dengan mempopulerkan kembali kesenian tersebut melalui tayangan televisi yang dimainkan oleh kelompok srimulat (Surahman, 2013).

3. Lokal dan Global dalam Posisi *The Third Space*

Konsep *hybrid culture* berarti terdapat pertemuan antara satu budaya dengan budaya lainnya. Masing-masing budaya memiliki identitasnya tersendiri. Globalisasi pada dasarnya dianggap mengganggu pembentukan atau justru menyebabkan munculnya identitas budaya ganda, yakni masuknya dua identitas dalam individu yang sama yaitu budaya global dan budaya lokal (Ibrahim dan Akhmad, 2014:27). Masuknya dua identitas budaya yang berbeda akan menghasilkan suatu kebudayaan baru. Kedua budaya tersebut bertemu sekaligus bergabung yang pada akhirnya membentuk budaya homogen, heterogen ataupun sepenuhnya terpisah diantara keduanya. Pertemuan tersebut didasari karena adanya keterlibatan dalam proses globalisasi.

Bhabha dalam Huddart (2006:7) menjelaskan bahwa, "*In the case of cultural identities, hybridity refers to the fact that cultural are not discrete phenomena, instead they are always in contact with one another and this contact leads to cultural mixed-ness*". Pada konsep hibriditas, budaya satu dengan yang lainnya selalu berhubungan, hal tersebut mengarah pada pencampuran budaya. Bertemuinya kedua budaya yang ditampilkan secara bersama dapat dimanfaatkan sebagai suatu strategi untuk memasukkan kepentingan didalamnya.

Homi Bhabha menyatakan, hibriditas juga disebut dengan konsep *liminal* atau berada dalam *in between* dan *the third space*. Kedua budaya yang bertemu

berada dalam suatu ambang yang disebut sebagai liminal atau ruang ketiga. Batas-batas kedua budaya tersebut menjadi melebur sehingga terbentuklah identitas baru sehingga disebut dengan budaya hibrid. Berdasarkan pada proses terbentuknya budaya hibrid, ada nilai serta identitas berbeda yang dibawa oleh masing-masing budaya. Budaya lokal dalam hal ini menempati posisinya sebagai budaya bangsa yang terjajah, dalam membentuk suatu identitas baru yaitu dengan meniru budaya global oleh Homi Bhabha disebut dengan mimikri. Bhabha mengungkapkan bahwa “*Then colonial mimicry is the desire for a reformed, recognizable other, as a subject of a difference that is almost the same, but not quite*” (Bhabha, 1994:86). Bhabha menjelaskan bahwa mimikri merupakan subjek yang berbeda menginginkan untuk menjadi subjek lain yang sama, walaupun pada akhirnya tidak sepenuhnya sama. Dalam hal ini, mimikri merupakan upaya meniru kaum penjajah yang dilakukan oleh masyarakat yang pada dasarnya ditujukan agar memiliki identitas yang sama dengan penjajah tersebut. Selain itu, hal tersebut juga merupakan cara masyarakat berkamuflase untuk bertahan hidup serta cara untuk dapat tetap mempertahankan budayanya.

The third space menjadi tempat terjadinya suatu *hybrid culture* melalui proses mimikri. Nyatanya dalam proses mimikri, tidak sepenuhnya identitas budaya lama hilang, walaupun identitas budaya baru berpengaruh kuat terhadap budaya lama. Setelah terjadinya *hybrid culture*, maka identitas baru akan muncul, hal tersebut menjadi dasar bahwa kedua budaya tersebut yaitu budaya lokal dan budaya global berada dalam *in between* atau *the third space*.

Pembahasan

A. Budaya Global sebagai Daya Tarik Majalah *Gogirl!*

1. Penggunaan Bahasa Gado-gado sebagai Strategi

Bahasa yang kerap dituliskan dalam setiap artikelnya yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Majalah *Gogirl!* merupakan majalah asli Indonesia, mereka mencoba untuk memasukkan unsur budaya global ke dalam artikelnya yaitu dengan menggunakan Bahasa Inggris. Bahasa Inggris merupakan bahasa asing yang banyak diserap pada saat ini karena sudah dianggap sebagai bahasa

internasional. Majalah *Gogirl!* menyebut bahasa campuran ini dengan istilah bahasa gado-gado.

Artikel pertama *Cheap and Healthy Meal For A Week* yang terdapat jadwal menu disajikan selama satu minggu dengan menu makanan sehat yang berbeda-beda. Menu dalam satu harinya di bagi menjadi empat waktu yaitu *breakfast* atau sarapan pagi, *lunch* atau menu siang hari, *dinner* atau menu sore atau malam hari dan juga dilengkapi dengan *snack* yang berisi makanan ringan ataupun pilihan minuman sehat. Pada sajian menu makanan di atas berisi menu makanan lokal dan menu makanan yang identik dengan masyarakat Barat. Makanan lokal di sini dapat berupa nasi goreng, tempe, sayur urap dan lainnya, sedangkan menu Barat berupa roti gandum, *sandwich* dan lainnya.

Makna konotasi yang terdapat pada jadwal menu makanan sehat di atas yaitu melalui penggunaan Bahasa Inggris ini mengartikan bahwa bahasa tersebut merupakan bahasa asing yang kerap dan biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pada saat ini keberadaan Bahasa Inggris dianggap penting atau bahkan dapat disebut sebagai bahasa kedua setelah Bahasa Indonesia karena mayoritas digunakan sebagai bahasa untuk berkomunikasi lintas negara. Tampilan jadwal menu secara keseluruhan pun dalam hal ini menjadi tampak menarik karena penggunaan Bahasa Inggris tersebut. Menu makanan yang disebutkan dalam Bahasa Inggris ini menunjukkan identitas Barat pada majalah. Pada dasarnya keseluruhan artikel ini membahas makanan sehat yang berkaitan dengan unsur identitas lokal.

Pemilihan menu *breakfast* didasarkan pada banyaknya tulisan yang menggunakan Bahasa Inggris yang sudah dijadwalkan selama seminggu. Pada menu tersebut biasanya ada pada menu keseharian ala negara Barat yang dapat disebut dengan *American Breakfast*. Menu makanan yang disajikan pada waktu sarapan dalam artikel ini mengandung identitas Barat yaitu Bahasa Inggris sebanyak empat kali dalam seminggu, sedangkan menu makan siang, makan malam dan makanan ringan mayoritas menggunakan istilah-istilah lokal.

Penggunaan Bahasa Inggris sebagai identitas Barat adalah sebuah bentuk yang ditampilkan untuk memperlihatkan unsur global dalam kolom jadwal menu maupun keseluruhan artikel. Bahasa gado-gado ini menunjukkan bahwa majalah *Gogirl!* melakukan negosiasi dengan menggunakan identitas Barat tersebut dalam tataran konten artikel lokal. Nyatanya jadwal menu yang disajikan majalah *Gogirl!* mayoritas menggunakan unsur lokal yaitu dengan menggunakan Bahasa Indonesia serta menu makanan yang identik dengan Indonesia. Penggunaan Bahasa Inggris dimanfaatkan untuk menunjang penulisan konten unsur identitas lokal agar tidak menjadi stagnan serta lebih menarik ataupun artikel tetap sesuai dengan isu masa kini. Selain itu, tentunya majalah *Gogirl!* mencoba membangun kualitas komunikasinya agar lebih dekat dengan pembaca. Hal tersebut juga dapat disebut sebagai bentuk negosiasi dalam hibriditas yang dilakukan oleh majalah *Gogirl!*. Pada proses tersebut, terlihat bagaimana budaya lokal memiliki ketergantungan atau keterikatan pada budaya global.

2. Identitas Eropa sebagai Inspirasi

Pembahasan kedua mengenai identitas global yang dijadikan inspirasi untuk konten lokal. Hibriditas pada majalah *Gogirl!* ini terlihat bagaimana dalam mempertahankan ataupun meningkatkan eksistensinya, diperlukan konten yang membawa unsur identitas global yaitu khususnya menggunakan unsur identitas Eropa sebagai inspirasi pada tema kali ini.

Sebagai pembahasannya yaitu pada rubrik *Hair Section*, terlihat makna denotasinya bahwa identitas Eropa secara jelas di adaptasi oleh majalah *Gogirl!* dalam menuliskan artikel rubrik tersebut yang bertema *The Ancient Greek*. *The Ancient Greek* yang berarti Yunani kuno adalah tema yang dipilih majalah *Gogirl!* untuk rubrik *Hair Section*. Disebutkan langkah-langkah dalam membentuk rambut sesuai tema, terdapat tiga pilihan gaya rambut yang disarankan yaitu *Greek Tail*, *The Aphrodite*, dan *Spit Goddess*. Ketiga gaya tersebut yang diaplikasikan pada model *Gogirl!* yang memiliki kesamaan dasar bentuk rambut yang dibuat yaitu dengan bentuk kepong atau *braid* dalam Bahasa Inggris. Gaya rambut *The Ancient Greek* ini memiliki tingkat kerumitan yang tinggi.

Makna konotasi yang terlihat yaitu pada artikel di atas menunjukkan bahwa gaya rambut ala *The Ancient Greek* ini tidak termakan oleh waktu dan cocok untuk diaplikasikan pada remaja Indonesia. Artikel gaya rambut ala Yunani kuno tentunya ditujukan untuk memberikan inspirasi pada model gaya rambut. Melalui model Indonesia yang mengacu pada identitas budaya lokal, gaya rambut ala Yunani kuno ini dipraktikkan. Gaya rambut kepong sebenarnya sudah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia, namun dengan model yang sederhana. Tampilan pada artikel ini memberikan pandangan baru mengenai kepong tersebut yaitu dengan digambarkannya variasi baru yang disebut gaya rambut ala Yunani kuno.

Terlihat bagaimana unsur identitas global dimasukkan dalam artikel dengan menggunakan tema serta judul artikel *The Ancient Greek*, dalam Bahasa Indonesia mempunyai arti Yunani kuno. Menurut *Oxforddictionaries.com*, definisi “*Greek*” yaitu “*Relating to Greece, its people, or their language*”. Maka, *Greek* sendiri merupakan penyebutan yang berhubungan pada negara termasuk budaya dari *Greece* atau Yunani. Yunani termasuk dalam benua Eropa yang kaya akan cerita sejarahnya. Yunani merupakan negara yang juga ikut berperan dalam perkembangan benua Eropa serta menyebarkan unsur budayanya ke seluruh dunia menjadi budaya yang mengglobal.

Gaya rambut ala Yunani kuno merupakan salah satu ciri identitas budayanya. Gaya rambut dapat menunjukkan umur seseorang, jenis kelamin, dan posisi dalam masyarakat. Pada masyarakat Yunani kuno, gaya rambut yang digambarkan majalah *Gogirl!* biasa digunakan oleh perempuan yang berkelas atas yang mengartikan, perempuan yang memiliki rambut pendek dan sederhana adalah wanita biasa atau kelas bawah. Rambut panjang yang dimiliki perempuan Yunani dibentuk seperti rambut dewi Yunani kuno yaitu bentuk kepong dan ikal yang pada dasarnya digunakan untuk acara-acara tertentu. Pada zaman sekarang, gaya rambut ini dijadikan sebagai inspirasi model rambut untuk menunjang penampilan agar tampak modis dan tampil berbeda.

Pada artikel juga disebutkan model bernama Catia yang berasal dari kompetisi *Gogirl! Look 2009*. Hal tersebut menegaskan bahwa majalah *Gogirl!*

memang menggunakan model Indonesia untuk mempraktikkan gaya rambut ala Yunani kuno ini. Warna rambut pada model menggambarkan identitas mayoritas masyarakat Indonesia yaitu hitam kecoklatan. Walaupun inspirasi gaya rambut berasal dari Yunani yang memiliki tampilan luar berbeda dengan masyarakat Indonesia, majalah *Gogirl!* mencoba untuk mengaplikasikan unsur budaya global ini pada model lokal Indonesia. Terlihat bagaimana penulisan artikel ini ditujukan untuk memberikan inspirasi serta inovasi untuk model gaya rambut kepang. Namun, setelah dianalisis penggunaan unsur global ini merupakan suatu bentuk negosiasi pada konten rubrik *Hair Section*.

Hibriditas pada artikel ini ditunjukkannya melalui pola *coral pattern*, di mana majalah *Gogirl!* menggunakan identitas Eropa yaitu gaya rambut ala Yunani kuno sebagai tema artikel dengan mempertahankan bentuk gaya rambut Yunani kuno ini, namun mengubah isinya yaitu dengan diaplikasikan pada model Indonesia. Pola gaya rambut yang dibentuk pun benar-benar sama atau sesuai dengan gaya rambut yang biasa digunakan masyarakat Yunani kuno, yang membedakannya yaitu penggunaan wajah atau model tersebut. Hal tersebut mengartikan bahwa dengan menggunakan identitas Eropa sebagai inspirasi, terdapat unsur negosiasi yang berlangsung. Kemudian, identitas lokal dalam hal ini tetap terlihat sebagaimana ditunjukkan melalui penggunaan model pada aplikasi gaya rambut tersebut. Identitas global juga dimanfaatkan untuk mengangkat konten tersebut.

B. Semangat Lokalisme dalam Konten Majalah *Gogirl!*

Hybrid culture merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan identitas lokal. Globalisasi menjadi penyebab mulainya identitas lokal bertransformasi dengan memasukkan identitas budaya global di dalamnya dan terdapat interaksi antara budaya satu dan lainnya. Pada konteks tersebut terdapat proses negosiasi yang berlangsung yang mengacu pada kedua budaya tersebut yaitu dengan menyandingkannya dalam satu tempat. Lahir dalam hibriditas, dalam menyuarakan identitas lokal majalah *Gogirl!* memasukkan unsur-unsurnya ke dalam kolom artikel atau rubrik tertentu. Semangat lokalisme merupakan dua kata

yang dapat digunakan sebagai istilah untuk menyebut pernyataan tersebut. Semangat lokalisme di sini berarti majalah *Gogirl!* tetap menyajikan isu atau tema dari identitas budaya lokal Indonesia dalam setiap konten di berbagai rubriknya.

Pembahasan analisis pertama mengenai unsur lokal yang terkandung pada artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week* pada kolom *Ways to Eat Healthier While Keeping it Cheap* yang menjelaskan makna denotasinya yaitu dalam mengkonsumsi makanan sehat disarankan menggunakan bahan makanan serta perihal yang berkaitan dengan lokal yang ditujukan agar lebih murah dan terjangkau.

Ways to Eat Healthier While Keeping it Cheap

Beli buah dan sayuran lokal musiman, harganya pasti jauh lebih murah. Apalagi kalau kita beli langsung ke distributornya.

Jangan ragu buat ke pasar. Selain bahan makanan seperti tempe, tahu, bumbu, ikan, dan daging-nya jauh lebih murah dari supermarket, kita juga bisa nawar harga ke pedagangnya. Bahkan, kita bisa dapat harga setengah dari yang ditawarkan.

Sebagai ganti daging yang mahal, beli produk kacang-kacangan. Harganya lebih murah tapi manfaat kesehatannya nggak kalah tinggi dengan daging.

Siapin bekal makan dari rumah. *No stress during the day about what you'll be eating while sparing money.*

Switch to water. Jangan tergoda buat minum soda ataupun minuman kaleng.

Eat less snack. Its obvious. Semakin sedikit ngemil, akan semakin sedikit uang yang kita keluarin buat jajan.

No junk food! Selain nggak sehat, harganya kalo kita hitung-hitung jauh lebih mahal dibanding beli sayuran (Banea, 2013).

Makna konotasinya yaitu melalui stereotip makanan sehat yang diidentikkan dengan makanan mahal dan mayoritas menggunakan menu makanan ala Barat, majalah *Gogirl!* mencoba menampilkan makanan sehat yang bertema makanan lokal dengan harga murah atau terjangkau. Terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* secara tidak langsung merubah stereotip tentang makanan sehat dengan membawa unsur lokal. Mulai dari tips mencari bahan makanan sehat yang

berorientasi pada makanan lokal, sampai pada jadwal menu makanan yang disediakan dengan menyarankan beberapa menu makanan lokal pula. Semua hal yang mengarah pada unsur lokal, terlihat adanya upaya yang dilakukan untuk mempertahankan unsur identitas lokal dengan beberapa cara tersebut.

“Beli buah dan sayuran lokal musiman, harganya pasti jauh lebih murah. Apalagi kalau kita beli langsung di distributornya” (Banea, 2013).

Kalimat tersebut menunjukkan bahwa sebaiknya membeli buah dan sayuran lokal karena lebih murah. Pada kalimat pertama, secara spesifik menyebutkan kata “lokal” dan “musiman” yang menegaskan macam buah dan sayuran yang disarankan. Hal ini berhubungan dengan pembahasan mengenai *food culture*, di mana makanan merupakan sebuah produk budaya. Buah dan sayuran lokal merupakan murni hasil panen dari masyarakat daerah yang ada di Indonesia dan terjadi secara “musiman” yang mengartikan bahwa masa panen setiap buah dan sayuran terjadi pada musim tertentu dan waktu yang berbeda-beda.

Kata “pasti” pada kalimat selanjutnya setelah koma, di mana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sudah tetap, tidak boleh tidak, tentu dan mesti. Kata “pasti” tersebut menegaskan bahwa buah dan sayuran lokal memang lebih murah, sehingga kata “pasti” ini ditujukan untuk meyakinkan pembaca dengan mendukung kalimat pertama yaitu “Beli buah dan sayuran lokal musiman” yang saling berhubungan.

Jangan ragu buat ke pasar. Selain bahan makanan seperti tempe, tahu, bumbu, ikan, dan daging-nya jauh lebih murah dari supermarket, kita juga bisa nawar harga ke pedagangnya. Bahkan, kita bisa dapat harga setengah dari yang ditawarkan (Banea, 2013).

Poin kedua yang menjelaskan bahwa jangan ragu untuk membeli bahan makanan ke pasar karena lebih murah dibandingkan ketika membeli di supermarket. Pasar yang dimaksudkan yaitu tempat belanja yang merujuk pada pasar tradisional. Pasar moderen khususnya supermarket ini berkaitan dengan budaya global yang berkembang melalui globalisasi, di mana tidak hanya barang lokal saja yang ditawarkan namun juga barang impor. Terdapat barang-barang

impor yang jarang ditemukan ketika berbelanja di pasar tradisional. Melalui perbandingan tersebut terlihat bagaimana majalah *Gogirl!* menyarankan untuk membeli bahan makanan di pasar yang merujuk pada pasar tradisional. Pasar tradisional berkaitan dengan identitas lokal masyarakat Indonesia yang memang identik dengan harga yang lebih murah.

Pembahasan kedua terdapat dalam artikel *Fun Games Now and Then*. Artikel *Fun Games Now and Then* ini menunjukkan makna denotasi bahwa ada proses negosiasi yang berlangsung melalui perbandingan yang sudah disebutkan, di mana pada kolom artikel pertama membahas mengenai permainan tradisional memiliki banyak manfaat lebih dibandingkan permainan moderen. Pada kolom terakhir *Irreplaceble Traditional Games* juga menjelaskan bahwa permainan tradisional sebenarnya tidak punah atau hilang tersaingi oleh permainan moderen yang tren saat ini. Fakta yang dituliskan menunjukkan bahwa permainan tradisional masih ada saat ini.

Sedangkan makna konotasi pada penjabaran dua kalimat tersebut menunjukkan bahwa majalah *Gogirl!* berpihak pada narasi permainan tradisional. Permainan tradisional dinilai lebih baik dari permainan moderen dengan menyebutkan beberapa manfaat yang dihasilkan. Ada kalimat ajakan yang ditujukan pada pembaca agar tetap memainkan permainan tradisional walaupun berada pada zaman yang dipenuhi oleh teknologi serba canggih. Keberpihakannya terhadap permainan tradisional terlihat melalui dua kalimat sanggahan yang ditujukan pada permainan moderen pada kalimat kelima dan keenam. Keduanya sama-sama mempertentangkan bahwa permainan moderen tidak dapat menggantikan permainan tradisional. Kolom terakhir juga menegaskan bahwa permainan tradisional merupakan inti dari penulisan keseluruhan artikel yang merupakan kesimpulan dari keseluruhan tulisan yang ingin disampaikan oleh *Gogirl!* untuk pembacanya yang ditarik dari keseluruhan tulisan dalam artikel. Penulisan juga disertai bukti dan fakta sehingga menjadi penguat kesimpulan yang dituliskan. Majalah *Gogirl!* mencoba untuk meyakinkan pembaca bahwa

permainan tradisional memiliki manfaat yang lebih besar daripada permainan moderen, sehingga terlihat semangat lokalisme yang ditampilkan pada majalah ini.

C. Superioritas Identitas Barat sebagai Mitos

Sudah menjadi mitos bahwa budaya Barat mempunyai kualitas dan kuantitas yang tinggi serta kerap diposisikan sebagai pihak superior dibanding dengan budaya lokal Indonesia. Hal ini menyebabkan kurangnya rasa percaya diri terhadap budayanya sendiri. Pada dasarnya, konstruksi yang terbentuk di masyarakat menyebutkan bahwa kultur global dianggap paling menjanjikan masa depan dengan segala macam modifikasi dan komersialisasi, sementara struktur lokal dianggap stagnan (Qodir, 2010:160). Citra yang tertanam pada identitas Barat ini yang mengakibatkan suatu identitas lokal merasa dirinya inferior dan Barat sebagai pihak superior. Superioritas identitas Barat dalam majalah *Gogirl!* ditunjukkan melalui penulisan konten menggunakan Bahasa Inggris serta identitas global digunakan sebagai inspirasi tema pada konten majalah *Gogirl!*.

Budaya global yang ada dalam majalah *Gogirl!* tidak sepenuhnya menyingkirkan budaya lokal dalam kontennya, juga tidak sekedar hanya dituliskan begitu saja tanpa ada kepentingan di dalamnya. Hal tersebut mengacu pada konsep *hybrid culture* Homi Bhabha yang menunjukkan bahwa identitas lokal adalah suatu subjek atau berada pada kondisi terjajah. Perlawanan yang terdapat dalam majalah *Gogirl!* yaitu dengan menerima identitas Barat dan dimanfaatkan untuk kepentingan identitas lokal.

Hibriditas pada artikel yang dianalisis ditunjukkan melalui negosiasi dengan identitas global. Pada artikel terlihat bagaimana identitas lokal tetap ditampilkan sebagaimana masih adanya semangat lokalisme yang terkandung. Superioritas identitas global dalam hal ini dimanfaatkan sebagai bentuk untuk menampilkan serta mengangkat identitas lokal pada konten yang dibahas. Pemanfaatan ini mengartikan bahwa majalah *Gogirl!* memasukkan identitas global dalam tataran konten lokal secara bersama, hal tersebut juga merupakan suatu bentuk negosiasi yang terdapat dalam majalah.

Kesimpulan

Melalui konten majalah *Gogirl!* edisi 2013 khususnya artikel *Cheap and Healthy Meal For A Week, Fun Games Now and Then* dan *The Ancient Greek*, kesimpulannya bahwa majalah *Gogirl!* yang tampak didominasi oleh identitas Barat, nyatanya kerap mengusung unsur identitas lokal dalam artikel yang dibahas. Majalah *Gogirl!* sebagai produk hibriditas, negosiasi dapat terlihat melalui adanya identitas global khususnya identitas Barat dalam konten artikel. Identitas Barat yang terlihat mendominasi dan memiliki eksistensi tinggi, memberikan jalan bagi budaya lokal untuk menampilkan identitasnya. Hal tersebut merupakan sebuah strategi tersendiri untuk mempertahankan identitas lokal dalam tataran global. Melalui penggunaan Bahasa Inggris pada bahasa gado-gado dan menggunakan inspirasi identitas Barat dengan pola *coral pattern*, pada akhirnya hal tersebut menjadi penunjang konten artikel menjadi menarik.

Identitas budaya lokal di posisikan sebagai subjek atau pihak yang terjajah agar tidak tersingkirkan oleh dominasi identitas budaya global. Identitas lokal digambarkan tidak diam saja menerima kenyataan bahwa lokal tidak dapat menampilkan identitasnya, justru berperan aktif dalam mengikuti perkembangan zaman dengan menyiasatinya melalui hibriditas. Hal tersebut terlihat melalui adanya semangat lokalisme yang tertera dengan memasukkan atau menggunakan identitas lokal sebagai tema dalam artikelnya bersamaan dengan unsur identitas global.

Superioritas identitas Barat menjadi mitos yang sudah tertanam pada masyarakat Indonesia sejak lama. Superioritas ini tidak sepenuhnya menghilangkan eksistensi identitas lokal. Melalui hibriditas justru memberikan peluang bagi budaya lokal untuk menampilkan identitasnya. Sesungguhnya resistensi tidak hanya dapat dilakukan dengan penolakan atas budaya lain, namun dapat dengan menerima identitas Barat kemudian hal tersebut dimanfaatkan sebagai kepentingan identitas lokal.

Daftar Pustaka

- Christomy, T., & Yuwono, U. (2004). *Semiotika Budaya*. Depok: Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya Direktorat Riset dan pengabdian pada Masyarakat Universitas Indonesia.
- Ida, R. (2016). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana.
- Mubah, A. S. (2015). *Isu-isu Globalisasi Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ritzer, G. (2006). *Mengkonsumsi Kehampaan di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rivers, W. L., Jensen, J. W., & Peterson, T. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santoso, B. (2006). Bahasa dan Identitas Budaya. *Sabda*, M-49.
- Maunati, D. Y. (2004). *Identitas Dayak, Komodifikasi & Politik Kebudayaan*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Surahman, S. (2013). Dampak Globalisasi Media Terhadap Seni dan Budaya Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 29-38.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Huddart, D. (2006). *Homi K. Bhabha*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Bhabha, H. K. (1994). *The Location of Cluture*. London: Routledge.
- Nugroho, W. W. (2018). *Karakteristik Bahasa Toni Blank: Kajian Psikolinguistik, Teori, dan Praktik*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Szatrowski, P. E. (2014). *Language and Food: Verbal and Nonverbal Experiences*. Amsterdam: Jhon Benjamin Publishing Company.
- Banea, G. K. (2013, Juni 1). Cheap and Healthy Meal For a Week. *Beauty Tips*, hal. 170-171.
- Qodir, D. Z. (2010). *Muhammadiyah Studies: Reorientasi Gerakan dan Pemikiran Memasuki Abad Kedua*. Yogyakarta: PENERBIT KANISIUS.