

MEMBACA MAKNA RUBRIK MODE PADA MAJALAH *BAZAAR* INDONESIA VERSI DIGITAL

Ariani Wardhani

ariani.wardhani@mercubuana.ac.id | Universitas Mercu Buana

Abstrak

Majalah *Bazaar* merupakan salah satu majalah yang berpengaruh dalam mode dan status sosial yang cukup tinggi, selain itu juga berkiblat pada mode dan populer di kalangan para perempuan kelas atas dan pencinta mode dengan target market yang sesuai dengan pembacanya. Majalah *Bazaar* merupakan majalah franchise yang terbit salah satunya di Indonesia. Mode majalah franchise dari Amerika ini memiliki perbedaan budaya yang saling mengadaptasi antara budaya barat dan timur. Penelitian ini berfokus pada majalah *Bazaar* digital khusus pada dokumen rubrik mode majalah *Bazaar* bulan Januari 2018. Majalah digital memiliki elemen-elemen yang sama dengan majalah cetak tetapi dari segi fungsi dan makna sudah pasti berbeda. Pesan yang penting dari media elektronik digital seperti majalah digital *Bazaar* adalah kemampuannya menghadirkan realitas yang belum pernah dialami sebelumnya. Realitas tersebut antara lain kualitas gambar yang lebih baik dibandingkan dari dunia realitas itu sendiri—yaitu yang terdapat di versi cetak. Analisis semiotika sosial dengan pandangan O'Halloran digunakan untuk membedah tanda-tanda dan menganalisis modalitas dalam teks multimodal. Kekuatan visual pada majalah *Bazaar* memiliki kolaborasi dalam pembentukan makna visual dengan para pembacanya sesuai target market di Indonesia. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Rubrik majalah *Bazaar* dibentuk oleh elemen-elemen visual berupa pakaian, aksesoris, latar belakang foto, gesture, dan Tipografi. Elemen-elemen visual tersebut saling memiliki relasi dalam menyampaikan pesan visual yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya membentuk struktur posisi *Bazaar* sebagai majalah gaya hidup. Hasil pembacaan juga memperlihatkan bahwa meskipun majalah *Bazaar* adalah majalah franchise tetapi tetap menggunakan nilai-nilai ketimuran dalam berbusana dan fashion. Secara sosial yang ada visualisasi yang tergambar pada rubrik mode Majalah *Bazaar* mewakili keadaan sekarang dengan tema klasik, perempuan tetap cantik dan anggun.

Kata Kunci: perempuan, mode, majalah, visual, multimodal.

Abstract

Bazaar magazine is one of the most influential magazines in the world of fashion. Bazaar name always related to high social status, upper class women and fashion lovers with a target market that fits their readers. Bazaar Magazine is a franchise magazine from USA that published in Indonesia. This magazine has a problem in its cultural orientation. Basically western culture based and should be transformed or adjusted into an eastern, Indonesian based considering the target audiences. This research focuses on digital Bazaar magazine specifically on the Bazaar magazine fashion rubric in January 2018. Digital magazines have the same elements as printed magazines but in terms of function and meaning they are definitely different. An important message from digital electronic media such as the Bazaar digital magazine is that its ability to present reality that has never been experienced before. These realities include image quality that is better than that of the world of reality itself — that is, what is found in the printed version. Social semiotic analysis with O'Halloran's view is used to dissect signs and analyze modalities in multimodal texts. Visual strength in Bazaar has collaboration in forming visual meanings with its readers according to the target market in Indonesia. The results showed that the Bazaar magazine rubric was formed by visual elements in the form of clothing, accessories, photo backgrounds, gestures, and typography. These visual elements have relations with each other in conveying a visual message that is interrelated with each other forming the structure of the Bazaar's position as a lifestyle magazine. The results of the reading also show that although Bazaar magazine is a franchise magazine but still uses eastern values in dress and fashion. Socially there are visualizations that are reflected in the fashion column. Bazaar magazine represents the present situation with a classic theme, women remain beautiful and graceful.

Keywords: women, fashion, magazine, visual, multimodal.

PENDAHULUAN

Media merupakan salah satu sumber informasi yang telah kita miliki sejak zaman dahulu. Selain sumber informasi, media juga menjadi sarana hiburan bagi orang yang memerlukannya. Media dibangun karena adanya keinginan dan kebutuhan dari khalayak terhadap informasi, imajinasi, dan teknologi tinggi (Meliono dan Budianto; 2004:133). Media mampu mempengaruhi kehidupan manusia dan masyarakat, sehingga secara tidak langsung telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat itu sendiri.

Salah satu media yang tidak asing lagi yang menjadi sarana informasi dan juga hiburan adalah majalah. Menurut Santana (2005:93-97), salah satu bentuk media yang menjadi sarana informasi khalayak ramai yang telah memiliki pangsa pasar adalah majalah. Hal ini disebabkan karena majalah terfokus pada kelompok homogen yang memiliki kepentingan yang sejenis, sehingga pemasaran pada industri tersebut dapat tertuju pada selera atau bidang tertentu.

Perkembangan majalah khususnya untuk perempuan, lebih banyak memfokuskan pada gaya hidup. Majalah perempuan yang sampai sekarang masih beredar di Indonesia, antara lain: *Bazaar*, *Marie Claire*, *Her World*, *Dewi*, *Grazia*, *Elle*, dan masih banyak lagi. Perempuan di Indonesia membutuhkan informasi dari majalah-majalah, karena sadar akan pentingnya gaya hidup. Brian Moeran mengartikan majalah mode sebagai sebuah sosialisasi yang menarik di dalam dua aspek. Aspek Majalah perempuan yang di dalamnya terdapat rubrik mode menyajikan—dengan memberikan cerita—pengalaman dan model perilaku yang dapat mencerminkan diri pembaca, di mana mereka dapat merenungkan dan mengambil keputusan. Aspek komoditas, majalah adalah produk dari dunia penerbitan dan media penting untuk iklan serta penjualan (Moeran, 2006:727).

MRA Group merupakan perusahaan yang membeli franchise majalah *Bazaar* untuk Indonesia. Majalah *Bazaar* yang berasal dari Amerika Serikat telah berumur 150 tahun, yang pertama kali terbit dari tahun 1867. Majalah *Bazaar* merupakan salah satu majalah yang berpengaruh dalam mode dan status sosial yang cukup tinggi. Majalah *Bazaar* selain berkiblat pada mode menghadirkan juga tulisan tentang gaya hidup, kecantikan, budaya, seni, arsitektur, acara sosial yang glamor. Majalah *Bazaar* terkenal dan populer di kalangan para perempuan kelas atas dan pencinta mode dengan target market yang sesuai dengan pembacanya. Sejak terbitnya pertama kali *Bazaar* menjanjikan informasi menjanjikan para perempuan untuk dapat tampil cantik dengan informasi baik mode dan kecantikan yang dapat menjadi stylist pribadi para perempuan yang datang ke pintu rumah setiap bulan. Kategori majalah perempuan dibedakan menurut perbedaan target market (McCracken, 1993: 19).

Makna visual dari artikel mode *Bazaar* menarik untuk dikaji, dilihat dari setiap perpaduan budaya barat yang masuk ke Indonesia terutama pada artikel mode. Mode dan pakaian, serta cara penampilan perempuan, tetap merupakan cara utama mengkonstruksi, menandai, dan mereproduksi feminitas. Perbedaan ruang dan waktu, atau perbedaan tempat dan budaya di mana tanda-tanda budaya tersebut direproduksi, akan membentuk karakteristik perempuan yang berbeda. Mode menandai nilai-nilai di zamannya. Namun penilaian perempuan tetap berdasarkan dengan penampilan. Menciptakan dan menjaga rupa serta penampilan, menjadi sesuatu yang mendefinisikan watak feminitas (Barnard, 1996: 166-167).

Majalah *Bazaar* mengadaptasi budaya barat yang juga ada di Indonesia, majalah yang elegan, mewah, dan provokatif untuk wanita dan setiap bulan. Harper's *Bazaar* merupakan

sumber informasi fashion bagi wanita, mulai dari kasual hingga *couture* namun apakah sesuai dengan budaya di Indonesia.

Tinjauan makna visual melalui rubrik mode majalah *Bazaar* dilakukan untuk mendapatkan makna yang terkandung pada visual rubrik mode. Multimodal analisis digunakan untuk mendapatkan makna visual yang terkandung mulai dari model, pakaian, latar belakang dan pesan sosial yang terkandung di dalam artikel mode. Perbedaan budaya barat dan timur dapat tercermin dari majalah franchise *Bazaar* Indonesia. Adanya elemen-elemen visual yang berperan dalam melatar belakangi pembentukan makna melalui rubrik mode *Bazaar* dapat dianalisis dengan melihat visual pada Majalah *Bazaar* Indonesia. Selain itu pada halaman mode makna yang terkandung di dalam visualisasi rubrik mode Majalah *Bazaar* Indonesia. Kajian dibatasi pada kajian elemen-elemen visual yang terdapat pada artikel mode majalah *Bazaar* dan bahasa visual yang digunakan pada visualisasi rubrik mode.

Elemen-elemen grafis yang ada menjadi teks dalam bahasa visual yang menjelaskan gaya hidup pembacanya. Sebagai teks, elemen-elemen visual tersebut mengkomunikasikan pesan baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai keadaan sosial budaya pembacanya, dengan lingkup budaya perkotaan sebagai batasan budayanya. Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian pada pemaknaan Majalah *Bazaar* di Indonesia antara lain untuk mengetahui elemen-elemen visual yang berperan dalam melatar belakangi pembentukan makna melalui bahasa visual artikel mode majalah *Bazaar*. Pada sebuah halaman mode memiliki banyak elemen-elemen desain yang dapat dibedah sesuai dengan makna yang terkandung di dalam visualisasi majalah mode *Bazaar*.

Secara visualisasi kategori mode majalah *Bazaar* dibedah satu persatu agar dapat lebih

diketahui makna visualisasi nya lebih dalam dan dikaji sesuai dengan visual yang terdapat pada mode majalah *Bazaar* di Indonesia. Keadaan sosial dan pemikiran yang melatarbelakangi visualisasi artikel mode majalah *Bazaar*. Visualisasi mode yang disampaikan di dalam image majalah *Bazaar* memiliki elemen-elemen yang dapat dibedah secara visual sehingga dapat mengetahui makna yang tersimpan dari setiap visualisasi yang ada pada image yang disajikan pada majalah *Bazaar* yang memiliki makna berbeda dari setiap majalah franchise yang terdapat di Indonesia. Makna yang terdapat di visualisasi mode majalah *Bazaar* Indonesia apakah memiliki nilai-nilai kebudayaan Indonesia yang ditampilkan oleh mode majalah *Bazaar* Indonesia walaupun majalah tersebut merupakan franchise dari Amerika Serikat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan *cultural studies*, dikarenakan mengeksplorasi hubungan antara budaya yang dipahami, sebagai kegiatan ekspresif dan kehidupan yang khas dari sebuah masyarakat. Pendekatan kajian *cultural studies* ini menggabungkan interdisiplin ilmu dengan lintas batasan bidang desain dan sosial, untuk mendapatkan sebuah kajian budaya visual rubrik mode majalah *Bazaar*. Pembedahan dengan menggunakan pendekatan semiotika sosial dengan analisis multimodal visual dilakukan untuk melihat perubahan tanda-tanda baik verbal maupun visual beserta relasinya yang terdapat di dalamnya. Adanya modal di setiap unsur visual dan teks mempengaruhi perbedaan yang terjadi pada majalah cetak dan digital. Teori semiotika sosial bukan hanya sekedar tanda tetapi juga menganalisa sumber-sumber lain di sekitar yang memiliki makna tersendiri, sehingga ruang internal manusia yang berada di dalamnya memiliki makna tersendiri (Leween, 2005:26).

Metode pengumpulan data secara kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran interaksi dari proses visualisasi dengan transformasi data numerik pada percobaan dan simulasi ke arah informasi visual (Grave dan Le Lous, 1994:12). Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, yaitu mengambil dokumen rubrik mode majalah *Bazaar* bulan Januari 2018. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*: sampel yang diambil disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Data-data rubrik mode majalah yang terkumpul akan diklasifikasikan berdasarkan edisi khusus majalah *Bazaar* bulan Januari 2018. Visualisasi rubrik mode majalah *Bazaar* didokumentasikan dengan memilih bulan Januari sebagai edisi awal tahun sehingga dapat meninjau semiotika sosial yang terdapat pada kebudayaan masyarakat Indonesia walaupun majalah tersebut *franchise* dari Amerika Serikat.

Analisis multimodal melalui visual rubrik mode teknologi majalah cetak dan digital terhadap perempuan urban di Jakarta, dengan menggunakan teori semiotika sosial. Dengan memandang sebuah fenomena budaya secara utuh, penelitian kualitatif akan menjelaskan hal-hal yang tidak dapat dijelaskan melalui penelitian kuantitatif (Endraswara, 2003:15-16). Pengumpulan data secara kuantitatif melalui software multimodal analisis yang kemudian dijabarkan secara kualitatif. Analisis dilakukan secara kualitatif untuk melihat identitas perempuan melalui elemen-elemen yang terdapat pada rubrik mode majalah *Femina*. Tanda-tanda visual dan verbal yang terdapat pada rubrik mode dianalisis sehingga mencerminkan sosial yang terdapat dalam visualisasi rubrik mode.

Tradisi semiotika sosial (Hodge & Kress 1988), berdasarkan dan diadaptasi dari pandangan Halliday (1978) bahwa bahasa mencerminkan fungsi sosial yang dilayaninya memposisikan tanda-tanda dalam konteks formasi wacana

yang dibangun secara sosial daripada sebagai fenomena terisolasi. Studi wacana-wacana multimodal yang melibatkan interaksi berbagai sumber semiotik seperti (lisan dan tulisan) bahasa, gesture, pakaian, arsitektur, kedekatan (dan dalam film misalnya) pencahayaan, gerakan, pandangan, sudut kamera, dll - menerima tiga dorongan besar selama abad kedua puluh. Pertama, seperti yang diamati Kress dan van Leeuwen (2001), 'preferensi khusus monomodalitas' jangka panjang dalam budaya Barat bergeser, sedemikian rupa sehingga seni populer dan 'budaya tinggi' mulai 'menggunakan berbagai variasi bahan dan menyeberang. Batas antara berbagai disiplin seni, desain dan kinerja, menuju multimodal *Gesamtkunstwerke*, acara multimedia dan sebagainya. Kedua, ketika Kress dan van Leeuwen (2001) terus mengklaim, melintasi batas-batas yang terinspirasi semiotika abad ke-20. Dorongan utama ketiga untuk mempelajari studi wacana multimodal selama abad ke-20 adalah meningkatnya kekuatan teknologi, khususnya komputer, untuk merekam, memutar ulang dan menganalisis teks dan fenomena multimodal. Kemajuan dalam beberapa tahun terakhir dalam perangkat lunak untuk mempelajari fenomena yang kompleks, terutama yang diambil dan dikembangkan dalam aplikasi untuk ilmu-ilmu fisik (termasuk, penting, sumber daya visualisasi data), menawarkan peluang lebih lanjut bagi mereka yang berusaha untuk memperhitungkan kompleksitas besar multimodal komunikasi dan budaya.

Barthes '(1957) dalam tanda mitis yang terkenal dengan sebutan "Mitos hari ini" disajikan melalui analisis gambar visual statis, secara signifikan dikontekstualisasikan sehubungan dengan pengalaman pribadi pertama Barthes dari teks yang disajikan sebagai narasi. Menurut Barthes yang dapat dibaca di dalam sebuah gambar diwujudkan melalui sumber daya semiotik terbatas (sistem tanda) dari satu bentuk ekspresi, mode visual statis di mana bahasa menggabungkan dengan gambar. Dalam

teks gambar yang merupakan banyak sumber daya semiotik yang dikerahkan untuk membuat makna, seperti yang akan kita tunjukkan dalam analisis berikut, membuat analisis menjadi lebih kompleks. Analisis multimodal ini dilakukan dengan menggunakan sebuah software multimodal dengan menggunakan majalah digital. Pada saat ini majalah *Bazaar* telah memiliki majalah digital yang dijual secara online. Analisis multimodal yang dikembangkan oleh Kay O'Halloran pada laboratorium multimodal akan digunakan pada pembahasan penelitian ini untuk membedah makna-makna visual yang terdapat pada halaman mode majalah *Bazaar* versi digital.

PEMBAHASAN

Halaman mode *Bazaar* Indonesia edisi pertama di bulan Januari 2018 memiliki beberapa visualisasi mode di majalah mode. Salah satu yang diambil sampel dari halaman mode yang menggunakan model Indonesia dan halaman pertama dari keseluruhan artikel mode. Diambil sampel halaman mode karena selain dengan menggunakan model Indonesia namun menggunakan busana dan aksesoris yang merupakan adaptasi dari budaya Barat. Analisis yang digunakan dengan menggunakan visualisasi majalah digital *Bazaar* Indonesia. Kekuatan pendorong di belakang majalah mode merupakan *fashion* itu sendiri. Ini adalah sistem yang rumit dan untuk memahaminya, perlu terlebih dahulu memahami hubungan antara produksi dan konsumsi mode. Selain itu juga Moeran (2006: 728-730) mengatakan, bahwa tujuan majalah telah dinyatakan untuk mengajarkan masyarakat awam mengapa pakaian penting dalam hidup mereka. Dengan kata lain, hal ini melegitimasi mode dan mode dunia dalam hal budaya. Sebuah majalah *fashion* membantu membentuk konsep kolektif mengenai arti mode. Moeran juga mengatakan lebih lanjut bahwa ada ketidakterpisahan antara mode dan majalah mode. Thompson

dan Haytko (1997:16) menganalisis makna yang digunakan konsumen untuk menafsirkan apa yang ada di dalam benak pengguna dan konsepsi mereka dengan *fashion*. Mereka percaya bahwa konsumen dan para pembaca majalah menggunakan mode untuk mengekspresikan diri. Mode memungkinkan konsumen untuk menafsirkan berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari mereka, sehingga merupakan bagian dari ekspresi budaya. Ini adalah titik referensi yang memungkinkan mereka untuk menggabungkan makna budaya, karena hal tersebut merupakan cara untuk mengekspresikan kepribadian, nilai-nilai, dan keyakinan mereka. Oleh karena itu, jika *fashion* adalah ekspresi budaya, maka hal ini dapat membantu pembaca dan konsumen untuk melihat *fashion* melalui lensa budaya dan menyediakan mereka dengan alat yang tepat sebagai cara berperilaku di dunia *fashion* ini.

Dalam masyarakat yang terbuka, menurut Burhan (2006:158-159), perubahan-perubahan sosial seperti masyarakat postmodern sering terjadi dan inovasi adalah pilihan serta gaya hidup mereka. Namun, masyarakat modern melihat inovasi secara rasional, sedangkan masyarakat transisi memandang inovasi sebagai sesuatu yang harus dicoba dan dibuktikan manfaatnya, termasuk dipertimbangkan untung ruginya, sedangkan masyarakat tradisional cenderung menolak inovasi. Keterbukaan masyarakat menghadapi inovasi memungkinkan ia mengadopsi inovasi teknologi telematika. Informasi sebelumnya tentang sebuah inovasi menjadi alasan terhadap ia bersikap untuk menentukan apakah akan menolak atau mengadopsi inovasi itu. Namun informasi cenderung mendorong keterbukaan, dan keterbukaan mendorong sikap menerima inovasi, serta sikap menerima inovasi mendorong perilaku untuk memanfaatkan inovasi tersebut. Majalah digital memiliki elemen yang sama dengan majalah cetak tetapi memiliki fungsi dan makna berbeda. Demikian pula, majalah digital memiliki

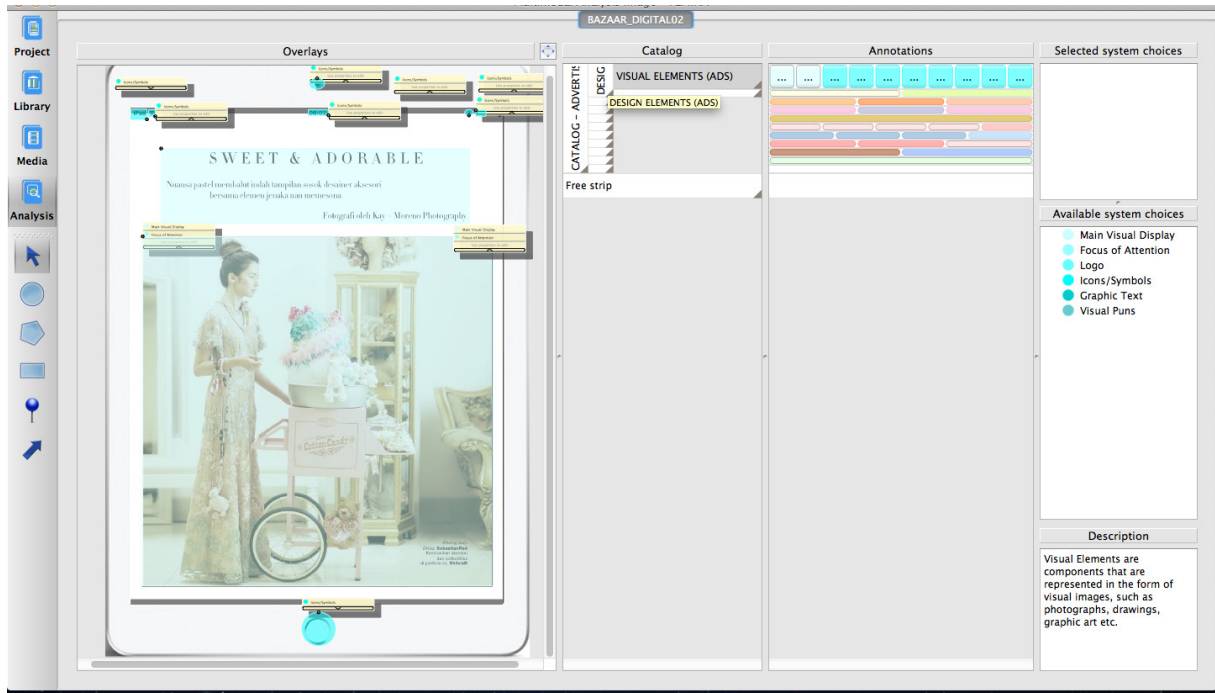
hierarki yang sama dengan majalah cetak namun tetapi setiap elemen di dalam hierarki tersebut memiliki perbedaan sudut pandang dalam memaknainya. Majalah digital memiliki elemen-elemen yang sama dengan majalah cetak tetapi dari segi fungsi dan makna sudah pasti berbeda. Pesan yang penting dari media elektronik digital seperti majalah digital *Bazaar* adalah kemampuannya menghadirkan realitas yang belum pernah dialami sebelumnya. Realitas tersebut antara lain kualitas gambar yang lebih baik dibandingkan dari dunia realitas itu sendiri—yaitu yang terdapat di versi cetak. Pesan penting lainnya dari majalah *Bazaar* digital adalah melibatkan setiap panca indera yang aktif dan mendalam, terutama indera penglihatan dan perasa. Perubahan dari cara membalikkan kertas pada majalah cetak dengan menyentuh serta menggeser layar ke bawah sudah menghasilkan persepsi yang berbeda.

Perubahan dari letak dan konsep membaca pada majalah cetak dengan menggunakan indera penglihatan dari kiri ke kanan telah berubah. Indera penglihatan yang sudah terbiasa dengan membaca dari kiri ke kanan sekarang berubah menjadi menggeser dari atas ke bawah. Pada majalah digital bukan hanya penglihatan saja yang digunakan, tetapi juga indera peraba. Gerakan menggesekkan ibu jari dengan telunjuk untuk memisahkan kertas diganti dengan menyentuh serta membuat gerakan menggeser di layar. Media selalu dilihat dalam kaitannya dengan pesan media (*media content*). Pesan media yang digunakan oleh majalah digital dengan iPad dilihat di dalam layar berupa gambar, cerita, maupun informasi. Perbedaan level bentuk media cetak dan digital akan mengalami perbedaan di antara citra yang dibentuk oleh masing-masing media (Piliang, 2008:105). Pesan dari membaca dengan menggunakan majalah cetak dan digital adalah keterlibatan totalitas diri (tubuh, penglihatan, perabaan, perasaan, memori, serta imajinasi) di dalamnya, yang

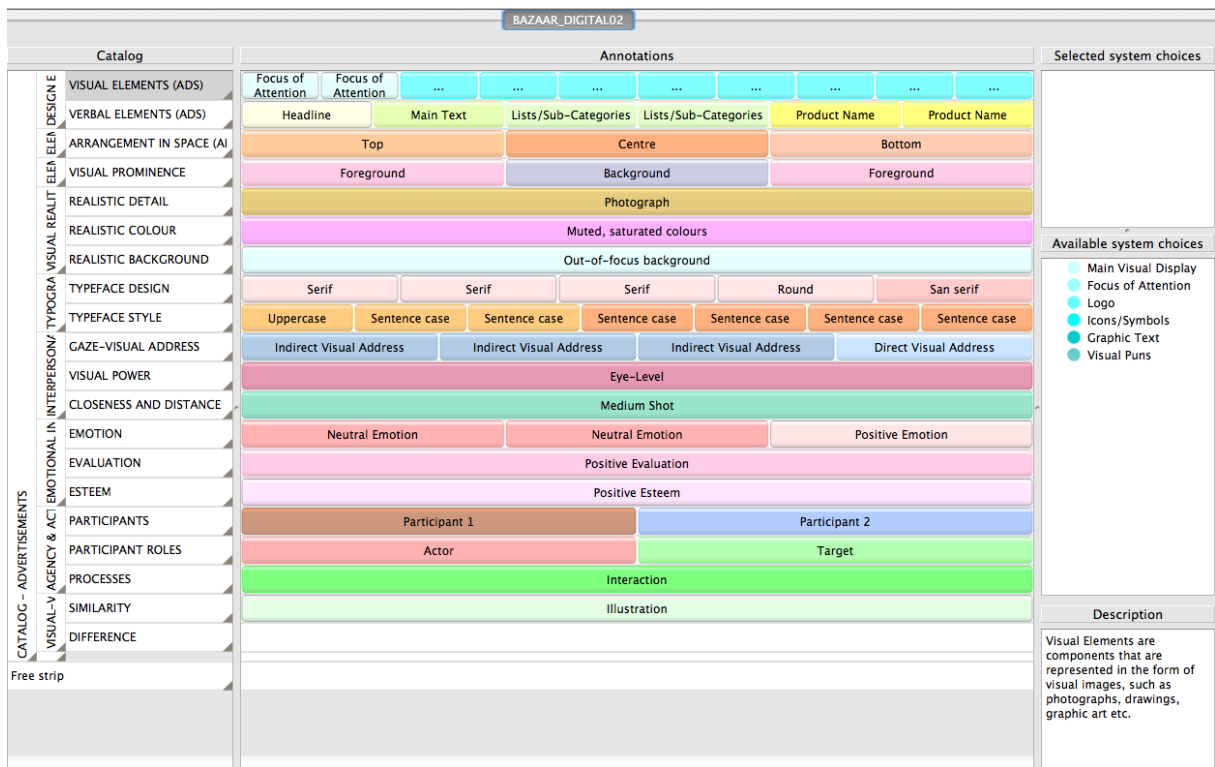
pada beberapa tempat merupakan perluasan dari totalitas diri kita. Persepsi yang didapatkan ketika membuka lembaran dan mencium aroma kertas serta membayangkan pakaian yang digunakan model merupakan *body one* yang tercipta dalam satu kesatuan. Sedangkan persepsi dalam membaca majalah digital ketika menggunakan panca indera dalam menggeser layar, melihat gambar yang sudah pasti lebih jelas dan emosi ketika membayangkan dalam menggunakan komputer tablet mengalami perubahan persepsi dalam memaknainya. Gambar di bawah ini merupakan penggunaan media digital majalah *Bazaar* melalui komputer tablet iPad.

Adanya perbedaan kebiasaan yang cukup signifikan antara membaca majalah cetak dengan digital dengan menggunakan komputer tablet juga dapat dilihat dari cara mendapatkannya. Perbedaan kebiasaan dalam menggunakan komputer tablet menjadi sebuah pengalaman yang baru bagi para pembaca majalah cetak. Majalah *Bazaar* digital hadir dalam app store yang dapat langsung diunduh agar pembaca dapat langsung mengakses majalah femina gawainya. Apabila ingin membaca edisi sebelumnya, pembaca dapat langsung memilih dalam menu yang disediakan. Pengalaman ini jelas berbeda dibandingkan membeli di agen koran atau berlangganan majalah cetak.

Makropersepsi yang terdapat pada kedua media tersebut telah menciptakan struktur budaya yang berbeda di mata manusia. Cara pikir ketika manusia membaca majalah cetak bertumpu pada pemikiran yang sudah ada di dalam dirinya. Dan hal ini berbeda dengan struktur budaya digital ketika menggunakan komputer tablet. Kebiasaan mulai dari cara membeli, cara berpikir, dan dampak dari kedua media tersebut menghasilkan perubahan budaya yang dikonstruksi oleh masyarakat dan menjadi pengalaman ketubuhan kita.



Gambar 1. Komputer Tablet iPad Apple pada halaman mode Majalah Bazaar Januari 2018.
(Sumber: pribadi)



Gambar 2. Analisis Multimodal halaman mode Majalah Bazaar Januari 2018.
(Sumber: pribadi)

Analisis di atas menggunakan *software multimodal analysis image* untuk halaman mode majalah digital edisi Januari 2018 pada halaman pertama dengan menggunakan komputer tablet iPad. Hasil dari multimodal dalam majalah digital, dikelompokkan melalui tanda dan teks sehingga menghasilkan penjabaran antara lain terdapat elemen visual dengan fokus perhatian pada objek halaman mode hanya satu buah display visual. Pada halaman majalah digital, fokus objek yang ditampilkan secara keseluruhan menjadi satu halaman karena terpisah antara halaman pertama dan kedua. Dengan menggunakan analisis *software multimodal* diharapkan mendapatkan makna yang tersimpan dari visualisasi yang terdapat pada halaman mode majalah *Bazaar* Indonesia edisi Januari 2018.

Pembagian modal secara garis besar untuk menganalisis relasi teks dengan visual antara lain:

1. Unsur Desain, yaitu merupakan visual-verbal yang berbeda untuk membentuk keseluruhan teks pada halaman mode. Pembagian unsur dalam komponen pada representasi gambar pesan tersebut dapat dibagi menjadi bentuk gambar visual seperti foto atau dalam bentuk teks pada halaman tersebut.
2. Struktur Organisasi dan Tahapan Fungsional, yaitu bagaimana mengatur struktur tata letak informasi pada halaman dan fungsi yang berbeda untuk dipenuhi oleh masing-masing bagian.
3. Elemen fungsional, yaitu bentuk informasi dan kecenderungan elemen visual yang menarik perhatian dibandingkan dengan unsur yang lain.
4. Realitas visual, yaitu elemen yang mengungkapkan seberapa nyata dan dekat dengan kenyataan gambar yang ditampilkan.
5. Tipografi, yaitu efek atau kesan yang dapat dibuat dengan pilihan font atau jenis huruf.
6. Hubungan Interpersonal, yaitu bagaimana pembaca diharapkan untuk terlibat dan berinteraksi dengan gambar dan teks.
7. Keterlibatan emosi, yaitu perasaan yang tercipta dalam melihat teks dan gambar.
8. Aksi postur, yaitu peran dan hubungan yang dibangun untuk para peserta yang digambarkan dalam teks dan gambar, sehingga proses yang terlibat di dalamnya memiliki hubungan.
9. Hubungan visual dan verbal, yaitu konsep dan ide yang disampaikan oleh elemen visual dan verbal harus saling melengkapi atau mewakili konsep-konsep dan ide yang berbeda.

Unsur modal di atas yang dibangun oleh O'Halloran (2012:ii) dalam analisis multimodal visual dapat lebih dibedah lagi secara multimodal pada halaman rubrik mode majalah *Femina*. Modal-modal yang di atas dibagi lagi untuk lebih hubungan tanda dan relasi yang terkandung di dalam teks dan gambar membentuk sebuah makna. Analisis di atas menggunakan *software multimodal analysis image* untuk halaman mode majalah digital edisi Januari 2018 pada halaman mode *Bazaar*. Hasil dari multimodal yang berbentuk pembagian tanda dan teks menghasilkan penjabaran antara lain terdapat elemen visual dengan fokus perhatian pada objek halaman mode.

Elemen verbal yang terdapat pada majalah cetak berupa, satu headline dan sub kategori serta tujuh teks utama yang menjelaskan tentang objek foto. *Headline* merupakan teks terkuat yang mewakili keseluruhan dari tema halaman mode tersebut. Sehingga tema keseluruhan dari halaman mode edisi ini merupakan *Sweet and Adorable* yang mewakili dari setiap objek yang terdapat pada halaman mode. Sub kategori diperlukan untuk mengorganisasikan informasi ke dalam grup yang berbeda sehingga memudahkan untuk mengelompokkan dari setiap objek. Sedangkan terdapat teks gambar yang mendeskripsikan pakaian dari gambar objek foto yang terdapat pada halaman mode.

Elemen verbal yang terdapat pada majalah digital berupa, satu headline dan sub kategori serta teks tentang penjelasan foto yang menjelaskan tentang keterangan foto dari baju yang dikenakan. *Headline* merupakan teks yang mewakili keseluruhan dari tema halaman mode. Tema keseluruhan dari halaman mode edisi ini *Sweet and Adorable* menjadi *headline* yang merupakan judul pada rubrik mode edisi ini dan setiap objek lainnya dijelaskan melalui teks utama. Sub kategori diperlukan untuk mengorganisasikan informasi ke dalam grup yang berbeda sehingga memudahkan untuk mengelompokkan dari objek yang lain yang merupakan penjelasan dari judul. Teks pendukung yang mendeskripsikan dari gambar objek foto yang terdapat pada halaman mode.

Struktur tata letak dari objek visual yang terdapat pada halaman mode edisi ini, secara keseluruhannya menggunakan struktur tata letak tengah. Secara tidak langsung ingin menyampaikan fokus pada objek di halaman tersebut, pada majalah digital tata letak halaman majalah digital bukan di samping melainkan harus digeser ke bawah dalam penggunaan komputer tablet. Secara visual, halaman pada digital fokus hanya pada keseluruhan halaman sebelum dilanjutkan ke halaman berikutnya dengan digeser atau melalui konten yang dapat diatur melalui halaman bawah majalah digital. Model dengan mendorong tempat membuat gulka diposisikan di tengah foto.

Kecenderungan visual pada halaman mode majalah cetak pada halaman ini, terdapat dua warna kontras, dua kontras antara hitam dan putih, latar belakang, dan yang paling dominan dan berbeda merupakan latar depan berupa layar iPad. Dominasi warna dengan menggunakan warna monokromatik fokus pada gambar di tengah, latar belakang, dan bingkai layar komputer. Dominasi visual antara satu dengan yang lain saling berelasi sehingga dapat dilihat secara keseluruhan dengan baik dan menarik.

Tingkat realistik visual pada halaman mode tersebut dikelompokkan menjadi beberapa kelompok. Detail realistik dari halaman mode tema *Sweet and Adorable* menggunakan sebuah yang terlihat realistik dari pesan yang akan disampaikan. Tingkat warna realistik keseluruhan foto yang terdapat pada halaman mode ini dilihat secara keseluruhan dengan warna pastel monokromatik. Tingkat realistik latar belakang pada foto pemotretan halaman mode ini dapat dikatakan sebuah pesan yang akan disampaikan dengan warna yang feminine sesuai dengan target pembaca majalah *Bazaar*. Relasi realistic antara satu dengan yang lain seimbang karena setiap multi terdapat hanya satu dilihat dari bingkai keseluruhan. Objek-objek yang terdapat dalam foto memiliki kesinambungan antara satu dengan yang lain.

Tipografi yang digunakan pada halaman mode ini menggunakan serif untuk judul/headline sedangkan sub kategori dan teks menggunakan sans serif. *Sweet and adorable* sebagai tema besar dari halaman mode edisi ini menggunakan huruf serif yang berkesan klasik dan anggun sesuai dengan karakter tema yang memperlihatkan mode yang menggunakan baju lace yang memiliki kesan feminine. Sedangkan untuk teks utama menggunakan huruf sans-serif yang memiliki kesan simpel dan modern untuk mendefinisikan objek-objek foto yang terdapat pada halaman ini. Huruf sans-serif dipilih untuk memperlihatkan kesan santai sesuai dengan tema dari halaman mode ini. Gaya dari tipografi pada halaman ini bervariasi mulai dari huruf kapital, italic juga huruf kecil sesuai dengan kebutuhan pesan yang akan disampaikan.

Hubungan interpersonal antara satu dengan yang lainnya pada objek-objek foto dan teks memiliki keterkaitan. Model yang memeragakan pakaian yang ingin ditampilkan dengan menggunakan baju rok terusan panjang secara tatapan hanya satu yang melakukan kontak mata dengan objek di depannya. Tatapan lebih

ke arah lain objek di depannya dengan kesan mengadakan kontak dengan dorongan yang ada di depannya. Kekuatan visual pada setiap objek foto sesuai dengan tingkat kenyamanan mata berada langsung di tengah, maka pembaca akan langsung melihat pada objek yang ditampilkan. Angle yang digunakan pada pemotretan mode Rajut Relaks menggunakan *medium shot* sehingga sampai batas lutut terlihat semua. Digunakan kebanyakan *long shot* karena ingin memperlihatkan keseluruhan yang digunakan model berikut atribut pendukung pada *photoshoot* tersebut.

Hubungan emosional yang dilihat dari multimodal analisis pada halaman mode majalah *Bazaar* dilihat secara keseluruhan memiliki emosi yang positif ketika pembaca melihat langsung. Model yang menggunakan pakaian sesuai dengan tema yang diangkat menarik untuk dilihat secara emosi pembaca tertarik untuk melihat objek yang ditampilkan.

Nilai kualitas objek gambar dan teks secara keseluruhan memunculkan evaluasi yang positif ketika pembaca melihat halaman mode *Sweet and Adorable*. Setiap kelompok bagian memiliki bagian yang menarik untuk dibaca. Penghargaan pada keseluruhan rubrik mode ini menarik dan positif secara keseluruhan pada tema halaman mode edisi ini.

Aksi dari karakter objek yang terdapat pada halaman mode edisi *Sweet and Adorable* selain model yang dikelompokkan sebagai partisipan tetapi ada objek lain sebagai pendukung latar belakang objek ataupun objek pendukung. Peranan karakter di halaman mode *Sweet and Adorable* menggunakan model dengan gerobaknya sedangkan targetnya merupakan pakaian yang dikenakannya sebagai pesan yang disampaikan. Target yang dimaksudkan lebih ke arah objek yang menjadi tema dalam teks verbal. Adanya interaksi antara tema yang ingin disampaikan dengan visual yang menjadi pesan dalam visualisasi rubrik mode majalah digital *Bazaar* Indonesia.

Kemiripan secara keseluruhan antara kenyataan, verbal, visual, dan relasi dari setiap hubungan modal dapat dilihat sebagai sebuah ilustrasi yang menyangkut tema yang akan disajikan. Relasi antara teks dan visual, yang dibedah secara per kelompok ketika dilihat secara kesatuan membentuk relasi yang berkesinambungan.

Analisis halaman mode edisi Januari 2018 *Bazaar* Indonesia pada majalah digital dibedah dengan menggunakan analisis multimodal memiliki makna dari visual yang disajikan secara hubungan interpersonal. Relasi interpersonal dan emosi yang terdapat pada makna membuat pesan visual pada halaman mode memiliki makna diluar dari visual yang disajikan.

Majalah *Bazaar* merupakan majalah yang lahir di Amerika kemudian Indonesia mengadaptasi dengan tetap menggunakan nama tersebut. Secara tidak langsung ada konten yang menggunakan *Bazaar* Amerika dengan menggunakan budaya barat. Halaman mode ini diambil sampel untuk dianalisis karena menggunakan model Indonesia dan dilakukan pemotretannya di Indonesia. Halaman mode lainnya pemotretannya dilakukan di luar Indonesia dengan fotografer dari luar. Standar-standar pemotretan yang diberikan *Bazaar* Indonesia diadaptasi dengan norma-norma kebudayaan timur yang ada di Indonesia. Model menggunakan baju lace berwarna nude coklat muda dengan luaran brokat sesuai dengan tema yang berkesan romantic dan anggun. Rok yang dikenakan Panjang sampai menutupi kaki, memperlihatkan masih mengadaptasi budaya timur yang sopan dan kebanyakan tertutup. Rambut disanggul ke atas selain sesuai dengan tema juga sanggul identik dengan perempuan Indonesia, walaupun sanggul yang dikenakan modern bukan seperti sanggul untuk acara Nasional. Tema *Sweet dan Adorable* didukung oleh objek yang terdapat pada visual halaman mode ini dengan menggunakan gerobak arum manis yang memang secara harafiah manis dan

juga ditambahi dengan boneka-boneka yang berwarna seperti arum manis. Objek pendukung sebagai latar di belakang memperkuat kesan dari tema menggunakan lemari dan furniture dengan tema klasik. Background pendukung dibuat tidak fokus tetapi tetap menggambarkan suasana dengan objek pendukung tetap sesuai dengan tema. Klasik yang berkesan kebarat-baratan dengan adaptasi dari timur yang tetap menggunakan norma-norma yang sesuai dikenakan oleh model.

Makna dari visualisasi halaman mode majalah *Bazaar* Indonesia menggambarkan bahwa rubrik mode majalah *Bazaar* edisi Januari 2018 yang diadaptasi oleh majalah di Indonesia secara busana yang digunakan sesuai dengan budaya yang berada di Indonesia. Menampilkan kesan glamor sesuai dengan target market Majalah *Bazaar*, tetapi dengan norma-norma yang mengangkat budaya timur mulai dari pakaian dan aksesoris. Tema yang diambil merupakan klasik Barat tetapi mengikuti kaidah budaya timur. Model berdarah oriental dengan rambut disanggul ke atas.

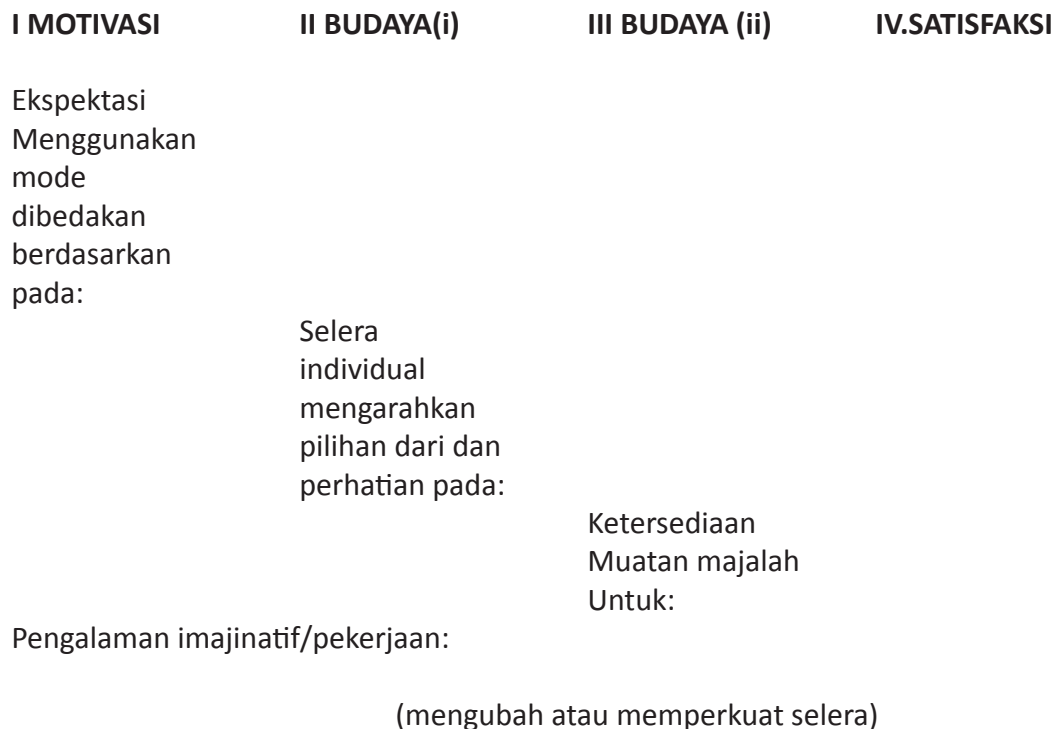
Analisis semiotika yang dilakukan di atas untuk menerjemahkan tanda-tanda yang terdapat pada rubrik mode memiliki makna terkandung di dalam visual. Elemen-elemen desain yang membentuk struktur merupakan wujud karya desain yang memuat nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Konsistensi majalah *Femina* dalam menangkap situasi dan kondisi sosial perempuan Indonesia tercermin dalam rubrik mode, terutama untuk representasi perempuan Indonesia sejak awal terbit majalah *Femina* hingga saat ini. Budaya merupakan situs produksi makna yang muncul di dalam dan melalui relasi sosial di antara orang-orang, kelompok-kelompok, kelas, institusi, struktur, dan benda. Perempuan pembaca majalah *Femina* memiliki kelas, struktur, dan kelompok yang—walaupun stabil dan sama—dapat juga bersifat labil dan berubah dengan sangat cepat. Thwaites (2009:2) menyatakan bahwa

meskipun makna muncul dalam suatu konteks tertentu, tetapi ia tidak sepenuhnya ditentukan oleh konteks tersebut, bahkan makna selalu berpindah dari satu konteks ke konteks lain.

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

Kerangka Perspektif Budaya khalayak terhadap media menurut McQuail (1987) menawarkan tiga aspek penting dalam penggunaan produk budaya yaitu harapan untuk menggunakan mode sesuai dengan pasar, selera individual, dan pengalaman imajinatif sebagai tujuan kesenangan/satisfaksi. Perbedaan motivasi ini menjadi dasar dalam proses penggunaan produk budaya oleh para pembaca. Pengalaman imajinatif merupakan tujuan yang dicapai dalam menggunakan media rekreasi. Dengan demikian pola rekreasi dapat dibedakan dari tujuan yang ingin dicapai oleh khalayak, sehingga pasokan produk budaya pun dapat diklasifikasikan atas dasar kecenderungan konsumennya.

Pembaca majalah *Bazaar* dalam melihat rubrik mode dapat dilihat dari perspektif budaya seperti gambar di atas. Ketika sebuah majalah menyajikan visualisasi dalam bentuk mode maka pembaca memiliki motivasi dalam menggunakan pakaian yang disajikan, mulai dari imajinasi dan pekerjaannya. Majalah *Bazaar* meskipun franchise dari barat tetapi tetap mengikuti budaya timur dengan menyajikan selera dan pilihan yang masih sesuai dengan kebudayaan Indonesia. Ketersediaan muatan di majalah salah satunya bentuk selain mengubah dan memperkuat selera juga membentuk



Gambar 3. Perspektif budaya khalayak terhadap media
Sumber: Olahan dari McQuail (1987)

persepsi melalui makna yang terkandung pada visualisasi mode majalah *Bazaar*.

Para pembaca majalah *Bazaar* dalam menerima pesan yang disampaikan oleh rubrik mode majalah merupakan konsep penerima pesan satu arah. Ketika para pembaca membaca apa yang disajikan oleh majalah cetak, maka pembaca hanya melihat secara satu arah tanpa berinteraksi karena pesan hanya disampaikan satu arah. Para pembaca memaknai visualisasi juga tidak terlepas dari budaya yang dimilikinya. Sehingga ketika makna yang terkandung dalam visualisasi rubrik mode *Bazaar* masih memiliki nilai-nilai yang terkandung sesuai dengan budaya Indonesia.

Menurut Wardhani (2016) bahwa gaya hidup dalam mengonsumsi rubrik mode sesuai dengan aktivitasnya berdampak pada selera yang memilih waktu luang di sela aktivitas yang padat dengan selera dalam mengonsumsi majalah mode pada perempuan. Pada titik ini dapat dilihat selera sebagai prinsip pembedaan yang memisahkan sekaligus menyatukan agen-agen sosial ke dalam tatanan simbolik kelas tidak lain merupakan efek dari strategi kelas dominan untuk membedakan dirinya dari kelas-kelas lainnya melalui kultur kelas yang ditopang oleh habitus perbedaan rasa yang diekspresikan dengan dominasi atas produk-produk budaya dalam mengapresiasi diri.

SIMPULAN

Visualisasi rubrik mode Majalah *Bazaar* Indonesia memiliki makna yang terkandung di setiap visualnya dibagi melalui multimodal analisis. Rubrik majalah *Bazaar* dibentuk oleh elemen-elemen visual berupa pakaian, aksesoris, latar belakang foto, gesture, dan Tipografi. Elemen-elemen visual tersebut saling memiliki relasi dalam menyampaikan pesan visual yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya membentuk struktur posisi *Bazaar* sebagai majalah gaya hidup. Pembacaan elemen-elemen visual secara diakronik membentuk struktur paradigmatis yang menghadirkan tanda semiotika visual yang hadir dan ditampilkan sebagai representasi perempuan pada saat kondisi pada waktu tertentu. Rubrik mode pada majalah *Bazaar* memperlihatkan budaya timur yang masih divisualisasikan pada majalah franchise tersebut. Khalayak pembaca majalah *Bazaar* sesuai targetnya menengah atas tetap merasakan budaya Indonesia di dalam majalah tersebut. Perbedaan dari segi pakaian yang dipengaruhi oleh ekonomi, sosial, dan budaya yang menyebabkan perbedaan dari pakaian yang direpresentasikan oleh perempuan pada majalah *Bazaar* disesuaikan dengan kultur timur. Image perempuan yang terdapat pada majalah *Bazaar* tercermin dari visual rubrik mode yang ditampilkan pada halaman mode dengan menggunakan pakaian dengan tema Barat namun tetap dengan kaidah budaya Timur.

Pemahaman secara tanda dan konteks terbentuk melalui media yang berbeda. Semiotika sosial dipengaruhi oleh bahasa verbal, visual, dan relasi yang terkandung pada visualisasi rubrik mode pada Majalah *Bazaar* Indonesia. Makna sosial yang terkandung di dalam rubrik mode majalah cetak dan digital diasumsikan menjadi tanda-tanda kebenaran yang direlasikan dalam semiotika sosial pada konteks visual yang disajikan. Pembedahan yang dilakukan secara verbal dan visual melalui analisis multimodal

yang dilakukan pada visualisasi rubrik mode majalah *Bazaar* membuktikan bahwa walaupun majalah franchise tetapi tetap menggunakan nilai-nilai ketimuran dalam berbusana dan fashion. Secara sosial yang ada visualisasi yang tergambar pada rubrik mode Majalah *Bazaar* mewakili keadaan sekarang dengan tema klasik, perempuan tetap cantik dan anggun.

Fakta sosial yang terdapat pada keadaan secara konteks visual mewakili pada keadaan yang terjadi. Perempuan Indonesia dengan menggunakan baju rapi dengan pakaian bergaya klasik sesuai dengan aktivitas. Perempuan Indonesia walaupun dengan perkembangan zaman namun tetap berpakaian rapi dan sopan. Perempuan Indonesia tetap dengan norma kesopanan dalam berpakaian walaupun zaman berubah. Melalui visual rubrik mode yang ditampilkan bahwa pakaian perempuan Indonesia dalam majalah *Bazaar* tetap rapi dan sopan sesuai dengan identitas perempuan Indonesia. Terkait dengan kebutuhan gaya hidup perempuan, dalam majalah yang menasar segmentasi perempuan kerap ditemukan segmen gaya hidup dengan beragam unsurnya. Segmen ini menyajikan cerita, pengalaman, dan model perilaku yang dapat mencerminkan diri pembaca, dimana pembaca dapat merenungkan dan mengambil keputusan mengenai diri mereka sendiri. Kredibilitas berperan di sini, sehingga majalah perempuan yang dipercaya dapat menjadi kiblat bagi para pembacanya untuk menemukan sudut pandang baru dalam kehidupannya.

RUJUKAN

- Barker, C. (2005): *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: PT BIntang Pustaka:89
- Barnard, M., (1996) :*Fashion Sebagai Komunikasi : Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, terj. Idi Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara, Bandung : Jalasutra.

- Barnard, M., (2005) : *Graphic Design as Communication*, New York : Routledge, 16.
- Barker, C., (1999) : *Television, Globalisation and Cultural Identities*, Milton Keynes: Open University Press, 8-12.
- Barthes, R., (1985): *Elements of Semiology*, New York: Hill and Wang, 38-39
- Berger, A., (2000): *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta : Tiara Wacana Yogya, 38.
- Budiastuti, L. dan Gifari, M., (2009): *Representasi Perempuan dalam Majalah Wanita* dalam Yin Yang, Jurnal Studi Gender dan Anak Vol. 3 No. 1, 101-119.
- Endraswara, S., 2003. *Metodologi Penelitian Sasta: Epistemologi, Model, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 15-16.
- Erikson, H., (1968) : *Identity, youth and crisis*. New York: W. W. Norton Company.
- Femina Group: (2010) : *Media Profile Femina Group*, Jakarta: Femina Group.
- Fiske, J., (2007): *Cultural and Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, Yogyakarta: Jalasutra, 60.
- Grave, M. and Le Lous, Y., (1994): "Visualization Services in Large Scientific Computing Centres", in Michel Grave, Yvon Le Lous and W. T. Hewitt (eds.), *Visualization in Scientific Computing*. Berlin: Springer-Verlag, 12.
- Hebdige, D., (1991): *Subculture: the meaning of style*, London: Routledge
- Jones, K., (2012): *Looking at Mode Through Green-Colored Glasses: A Multimodal Critical Analysis of Vogue's*, Disertasi Program Doktor University of Missouri, 62-75.
- Kartjono, (1984) : *Depolitization Politics in Indonesia, Transnationalization of The State and Social Formation : Indonesia Experience*, Research Project's Seminar on The State and People in the Context of Transnationalization, held in Salatiga, October 8-12, 1984, Sponsored by U.N. University, LP3ES, 1984.
- Koentjaraningrat, (1980) : *Beberapa Pokok Antropologi Sosial*, Jakarta: Dian Rakyat.
- Leeuwen, T., (2005), "Introducing Social Semiotics", New York: Routledge
- Littlejohn, S. dan Foss, K., (2009): *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika, 405, 410.
- McCracken, E., (1993): *Decoding Women's Magazines : from Mademoiselle to Ms.*, London : MacMillan, 19.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Meliono, I. dan Budianto, 2004. *Ideologi Budaya*, Jakarta : Yayasan Kota Kita, 133.
- O'Halloran, K. L. & Smith, B. A. (eds), (2011) : *Multimodal Studies: Exploring Issues and Domains*, New York & London: Routledge.
- Piliang, Y. (2004): *Sebuah Pendekatan Analisis Teks. Konteks Sosial dan Kultural Iklan*, dalam Jurnal Komunikasi "MediaTor" Volume 5 Nomor 1, 2004. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1156>
- Piliang, Y., (2008) : *Multiplisitas dan Diferensi: Redefinisi Desain, Teknologi, dan Humanitas*, Yogyakarta : Jalasutra, 2-3.
- Seock dan Bailey, (2008): *The Influence of College Students' Shopping Orientations and Gender Differences on Online Information Searches and Purchase Behaviors*, International Journal of Consumer Studies, 113-121
- Sudarwati dan Jupriono, (2000): "Betina, Wanita, Perempuan : Telaah Semantik Leksikal, Semantik Historis, Pragmatik", diunduh pada tanggal 27 September 2013 <http://angelfire.com/journal/fsulimelight/betina.html>.

- Sukanto, E., (2011) : *"Pengaruh Internet Financial Reporting dan Tingkat Pengungkapan Informasi Website"*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Vol. 6 No 2 Desember 2011.
- Stevenson, Nick, (2003) : *"Cultural Citizen"*, England : McGraw Hill Education
- Thwaites, Davis, Mules (2009): *Introducing Cultural Art Media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotika*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Wardhani, A. (2016): *Pergeseran Visualitas Rubrik Mode Pada Majalah Cetak ke Digital Terhadap Representasi Perempuan Urban di Jakarta*, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung