

**ADIBUSANA DAN KECANTIKAN REMAJA PEREMPUAN
SURABAYA TAHUN 1999 – 2010
SEBAGAI REPRESENTASI RUBRIK *STYLE FASHION & BEAUTY*
DALAM MAJALAH GADIS**

NORMA DINIYA

Jurusan Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
E-mail : norma.17040284009@mhs.unesa.ac.id

EKO SATRIYA HERMAWAN

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
E-mail : ekohermawan@unesa.ac.id

Abstrak

Majalah GADIS hadir sebagai salah satu media informasi untuk kalangan remaja perempuan dengan menampilkan beraneka ragam konten dan rubrik yang mengedukasi. Salah satu rubrik yang memiliki komposisi cukup tinggi dalam majalah GADIS yakni rubrik *style fashion & beauty*. Rubrik tersebut menjadi salah satu rubrik yang paling banyak diminati mengingat adibusana dan kecantikan merupakan mode yang terus berputar dan tak pernah ada matinya. Informasi terkait rubrik *style fashion & beauty* di dalam majalah GADIS kemudian direpresentasikan oleh remaja perempuan di kota Surabaya sebagai suatu cerminan karakter dan jati diri.

Dalam penelitian ini memunculkan suatu rumusan masalah (1) Bagaimana representasi dan dampak rubrik *style fashion* dalam majalah GADIS terhadap gaya busana remaja Surabaya tahun 1999 – 2010? (2) Bagaimana representasi dan dampak rubrik *style beauty* dalam majalah GADIS terhadap gaya kecantikan remaja perempuan Surabaya tahun 1999 – 2010?. Untuk menjawab rumusan masalah diatas, metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian sejarah yang terdiri dari 4 tahap meliputi, (1) heuristik, (2) kritik sumber, (3) Interpretasi, dan (4) historiografi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa wujud representasi *style fashion* dalam majalah GADIS terhadap remaja perempuan Surabaya secara garis besar meliputi busana dengan jenis *T-shirt*, kemeja,

kulot, *blezzer*, *dress*, denim, dan *style casual ready to wear*. Tema yang dihadirkan sesuai dengan tema remaja yang cenderung aktif, ceria dan dinamis. Beberapa busana dihadirkan dengan berbagai macam jenis motif dengan perpaduan warna neon, pastel dan beberapa warna primer yang di *mix & match* dengan tampilan modern maupun *vintage*. Dalam aktivitas sehari-hari remaja perempuan Surabaya cenderung menggunakan busana *ready to wear (casual)* yang memiliki bahan ringan serta sesuai dengan cuaca kota surabaya yang cenderung bersuhu udara tinggi. Sedangkan *style beauty* yang direpresentasikan meliputi gaya kecantikan dengan dandanan dasar dan natural agar tampilan yang dihasilkan relevan dengan usianya. Seperti penggunaan *complexion* wajah yang ringan meliputi pelembab dan bedak, *eyeshadow* dan *blush on* bernuansa pink maupun *nude* serta kosmetik bibir yang disesuaikan dengan aktivitas dan kebutuhan sehari-hari.

Dalam Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwasannya majalah GADIS sebagai suatu media yang mewakili dan menyuarakan kepentingan remaja perempuan, bukan hanya sekedar menjadi bacaan hiburan, akan tetapi juga menjadi bacaan edukatif yang memicu remaja perempuan untuk mengenali potensi diri dan mampu bersikap kritis. Pergeseran gaya berbusana dan kecantikan remaja perempuan Surabaya dari tahun ke tahun memperlihatkan bahwa remaja perempuan di kota Surabaya terus bergeser dan bergerak untuk selalu mengikuti perkembangan zaman. Atribut-atribut yang ada pada rubrik *style fashion & beauty* dalam majalah GADIS merupakan suatu tanda dan pernyataan mengenai representasi dan simbol dari citra seorang remaja perempuan salah satunya di kota Surabaya yang selalu bergerak secara dinamis.

Kata Kunci: Majalah GADIS, *Style Fashion & Beauty*, Remaja Perempuan Surabaya.

Abstract

GADIS Magazine is present as a medium of information for young girls by presenting a variety of educational content and rubrics. One of the rubrics that has a fairly high composition in GADIS magazine is the fashion & beauty style rubric. This rubric is one of the most popular rubrics, considering that couture and beauty are fads that keep turning and never die. Information regarding the style - fashion & beauty rubric in GADIS magazine was then represented by young women in the city of Surabaya as a reflection of their character and identity.

This research raises a problem formulation (1) How is the representation and impact of the fashion style rubric in GADIS magazine on the clothing styles of Surabaya teenagers in 1999 - 2010? (2) How is the representation and impact of the style beauty rubric in GADIS magazine on the beauty styles of teenage girls in Surabaya in 1999 - 2010? To answer the problem formulation above, the method used in this study is a historical research method which consists of 4 stages, including (1) heuristics, (2) source criticism, (3) interpretation, and (4) historiography.

The results of the research that have been done show that the form of representation of fashion styles in GADIS magazine towards Surabaya girls in general includes clothes with the types of T-shirts, shirts, culottes, blezzers, dresses, denim, and so on. The theme presented is in accordance with the theme of teenagers who tend to be active, cheerful and dynamic. Some of the clothes were presented with various types of motifs with a combination of neon, pastel and several primary colors that were mixed & matched with modern and vintage looks. In daily activities, Surabaya girls often wear ready-to-wear (casual) clothes that have light materials and are in accordance with the weather in the city of Surabaya, which tends to have high temperatures. Meanwhile, the beauty style represented includes a beauty style with basic and natural make-up so that the resulting appearance is relevant to her age. For example, the use of a light facial complexion includes moisturizers and powders, pink and nude eyeshadow and blush, as well as lip cosmetics that are tailored to their activities and needs.

In this research, it can be concluded that GADIS magazine as a medium that represents and voices the interests of young women, is not only an entertainment reading, but also an educational reading that triggers young women to recognize their potential and be able to be critical. The shift in clothing styles and beauty of Surabaya girls from year to year shows that young women in the city of Surabaya are constantly shifting and moving to keep up with the times. The attributes that exist in the fashion & beauty style rubric in GADIS magazine are a sign and a statement regarding the representation and symbol of the image of a teenage girl, one of which is in the city of Surabaya which is always moving dynamically.

Keywords: *GADIS Magazine, Style Fashion & Beauty, Teenage Girls in Surabaya.*

PENDAHULUAN

Sejarah eksistensi majalah sebagai salah satu media cetak dan media massa di Indonesia dimulai pada tahun 1945 menjelang masa kemerdekaan Republik Indonesia. Pada masa itu, mulai terbit beberapa majalah yang fokus menyajikan informasi maupun berita yang disiarkan Radio Republik Indonesia dan beberapa majalah lainnya hadir dengan konsentrasi pada informasi-informasi yang masih bersifat lokal dan kedaerahan. Seperti Majalah Pantja Raja, Majalah Menara Merdeka, Majalah Djojobojo, dan Majalah Obor Suluh.¹ Pada masa itu, Majalah hanya digunakan sebagai salah satu media informasi dengan batasan aspek-aspek tertentu.

Pada awal masa orde baru, terdapat banyak majalah yang terbit dan cukup beragam jenisnya. Terbitnya beragam jenis majalah demikian sejalan dengan tingkat pendidikan masyarakat yang semakin berkembang dan berkemajuan, serta kondisi perekonomian bangsa Indonesia yang semakin membaik.

Kategorisasi jenis majalah yang terbit pada masa orde baru meliputi, Majalah Umum, Majalah Hukum, Majalah Ilmiah Populer, Majalah Berita, Majalah Olahraga, Majalah Humor, Majalah Pertanian, Majalah Berbahasa Daerah, Majalah Keluarga, Majalah Anak-anak, Majalah Pria, Majalah Remaja Pria, Majalah Perempuan dan Majalah Remaja Perempuan.² Berbagai jenis majalah demikian turut mewarnai dunia industri media cetak yang sedang mengalami masa keemasannya sebagai salah satu media informasi yang menemani masyarakat Indonesia dalam menjalankan rutinitas sehari-hari.

Terdapat salah satu majalah yang menarik perhatian penulis yakni majalah GADIS. Dimana majalah GADIS hadir sebagai salah satu kategori majalah remaja perempuan yang dipelopori oleh Pia Alisjahbana dan terbitkan pada tanggal 19 November 1973 oleh penerbit PT Gaya Favorit Press. Tiras perdananya mencapai 50.000 eksemplar selaras dengan tingginya tingkat pembaca sehubungan dengan frekuensi terbit setiap sepuluh hari sekali.³ Remaja

¹ Irma Nurani, Skripsi : *“Peranan Majalah Cupumanik dalam mengembangkan bahasa Sunda tahun 2003 – 2013”*, (Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia, 2016), hlm. 1.

² *Ibid.*

³ Paramita Putri Larasati, Skripsi : *“Kesenjangan Kepuasan Pembaca Wanita Remaja”*,

perempuan menjadi pasar yang sangat strategis, mengingat diusia 12 – 18 tahun merupakan usia dimana manusia ingin menemukan jati dirinya, menemukan *style* yang pantas sesuai karakternya, dan didalam kehidupan remaja tentunya tidak terlepas dari beberapa permasalahan ringan hingga kompleks baik berkaitan dengan asmara, persahabatan, keluarga hingga eksistensi diri.

Majalah GADIS kemudian hadir untuk memberikan jawaban dan solusi dengan menampilkan konten maupun rubrik yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi remaja perempuan guna meningkatkan wawasan (menedukasi), menghibur, sekaligus *trendy*. Redaksi menghadirkan beberapa konten diantaranya yakni konten Gaya (*style*), Gaul, Gosip, *School Zone*, seru, *My Page*, *Event*, Video, dan Seputar GADIS Sampul.⁴ Topik dan konten yang diluncurkan oleh majalah GADIS selalu berkaitan dengan kabar dan informasi yang relevan dengan kehidupan para remaja.

(Surakarta : Universitas Sebelas Maret, 2010), hlm. 48.

⁴ Past Novel Larasaty, “*Kebijakan Redaksional Majalah Gadis dalam Membuat Konten Digital*”, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Ultimacomm, Vol . 8, No . 1, Juni 2016, hlm. 65.

Di dalam kehidupan remaja, khususnya bagi remaja perempuan tentunya tidak terlepas dari keinginan untuk berpenampilan menarik. Sehingga dari sekian banyak konten yang telah dihadirkan oleh majalah GADIS, konten *style* menjadi salah satu konten yang paling banyak diminati oleh remaja perempuan, khususnya di bidang *style fashion & beauty*⁵. Hal demikian disebabkan karena gaya berpakaian dan kecantikan merupakan mode yang terus berputar dan tak ada matinya. Di era 90’an – 2000’an awal, majalah GADIS memberikan dampak dan turut andil menjadi salah satu media informatif pilihan remaja perempuan untuk dapat menjangkau informasi terkait pemilihan *style* yang pantas dan *trendy* sesuai dengan era-nya.

Informasi terkait *style* perempuan yang dibawakan oleh majalah GADIS salah satunya tercuplik dalam edisi no.11 terbitan 24 April – 04 Mei tahun 2001 yang dibintangi oleh GADIS sampul Titi Kamal dengan judul “*Santai Dulu Ah*”. Dalam edisi tersebut, ditampilkan salah satu rubrik mengenai *style fashion* yakni rubrik “*info mode*”. Di dalam rubrik

⁵ Tanpa Nama, *Dokumen Data Editor Composition Majalah GADIS* , (Tanpa Kota : Tanpa Penerbit, Tanpa Tahun), hlm. 31.

tersebut redaksi menggambarkan bahwasanya pada era itu *style* terusan menjadi salah satu *trend fashion* bagi kalangan remaja perempuan. Redaksi juga menuliskan bahwasannya “*Baju terusan hanya terdiri dari satu potong tapi modelnya bisa bermacam-macam loh. Misalnya model kerahnya, lengannya, panjang – pendek rok, dan seterusnya. Pakenya praktis dan ngga mikirin padu padan warna karena Cuma satu potong kok!*.”⁶ Penulisan konten yang dibawakan GADIS terkesan ringan dan santai sehingga informasi yang diberikan mudah diterima oleh kalangan seusia remaja. Tak hanya membahas tentang rubrik info mode, terdapat pula rubrik tanya jawab Mode, dimana dalam rubrik ini pembaca dapat mengirimkan pertanyaan kepada redaksi sehingga GADIS mampu menjadi media interaktif dalam pemilihan *style fashion & beauty* bagi remaja perempuan Indonesia.

Berbagai pilihan mode *style fashion & beauty* yang dihadirkan oleh majalah GADIS disajikan dalam bentuk konten yang kemudian dipersepsikan dan diresentasikan oleh pembaca.

Sehingga muncul gambaran ide *style fashion* dan ide cantik yang pada akhirnya memicu pembaca untuk mengadopsi beberapa informasi yang diterima dari suatu media, sehingga hal demikian dapat mengkonstruksi suatu persepsi publik mengenai suatu *trend style fashion & beauty* di seluruh provinsi Indonesia.

Di Indonesia sendiri, pada era 90’an – 2000’an majalah GADIS menduduki peringkat kedua menjadi salah satu majalah perempuan yang paling banyak diminati dengan tingkat kesadaran dalam membeli dan membaca yang tinggi.⁷ Maka untuk tetap menjangkau pembaca di seluruh Indonesia, majalah GADIS melakukan pendistribusian setiap sepuluh hari sekali dan tersebar di beberapa provinsi dan kota besar di Indonesia. Diantaranya meliputi, Jabotabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), Jawa Timur (Surabaya, Malang, dan lain sebagainya), Bali, Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah, Sulawesi, dan Kalimantan. Keseluruhan penjualan berkisar 150.000 copy dengan rincian 60% Jabotabek, 10% Jawa Timur & Bali, 10% Sumatera, 8% Jawa Barat, 5% Jawa Tengah, 4%

⁶ GADIS, “*Santai Dulu Ah*”, dalam Majalah GADIS, No. 11, Edisi 24 April – 04 Mei 2001, (Jakarta : PT. Gaya Favorit Press, 2001), hlm. 14.

⁷ Tim Nusa Research, *Laporan Mengenai Majalah Wanita di Indonesia*, (Jakarta : PT. Nusa Research, 2013), hlm. 25.

Sulawesi & Indonesia Timur, dan 3% Kalimantan.⁸

Pada provinsi Jawa Timur majalah GADIS menempati posisi kedua setelah Jabotabek dengan tingkat pembaca yang cukup tinggi, dan Surabaya menjadi salah satu kota dengan pembaca majalah GADIS terbesar di Jawa Timur.⁹ Selain karena Surabaya merupakan ibu kota provinsi, Surabaya juga dapat dikatakan sebagai salah satu kota besar yang memiliki perkembangan yang sangat pesat, baik dibidang ilmu pengetahuan, teknologi dan juga Informasi. Maka tidak heran jika masyarakat Surabaya merupakan masyarakat yang melek IPTEK sehingga dapat menjangkau informasi dari berbagai macam jenis media, seperti radio, televisi, media cetak (koran, tabloit, majalah), sosial media bahkan internet maupun *E-magz* yang turut memberikan dampak dan menyebabkan terjadinya perubahan dalam memilih *style fashion & beauty* yang sesuai dengan karakter dan jati diri. Sehingga dengan pertimbangan demikian Kota Surabaya layak dan menarik untuk

dijadikan locus dalam penelitian ini.

Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dan mendalam mengenai bagaimana suatu media cetak khususnya Majalah GADIS dalam memberikan dampak dan dinamika terhadap pemilihan *style* remaja perempuan khususnya di bidang adibusana dan kecantikan di kota Surabaya sebagai wujud representasi dari *rubrik style fashion & beauty* dalam majalah GADIS. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Adibusana Dan Kecantikan Remaja Perempuan Surabaya Tahun 1999 – 2010 Sebagai Representasi Rubrik Style Fashion & Beauty Dalam Majalah Gadis”***.

Penelitian ini berpedoman pada 2 rumusan masalah yakni, (1) Bagaimana representasi dan dampak rubrik *style fashion* dalam majalah GADIS terhadap gaya berbusana remaja Surabaya tahun 1999 – 2010? (2) Bagaimana representasi dan dampak rubrik *style beauty* dalam majalah GADIS terhadap gaya kecantikan remaja perempuan Surabaya tahun 1999 – 2010?. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian kepenulisan sejarah, dan kedepannya dapat dijadikan sebagai refrensi untuk penelitian

⁸ Tanpa Nama, *Dokumen data distribusi majalah Gadis*, (Tanpa Kota : Tanpa Penerbit, Tanpa Tahun), hlm. 26.

⁹ *Ibid.*

lanjutan dengan konsepsi yang jauh lebih matang.

METODE

Disetiap penelitian tentunya memerlukan sebuah metode untuk melaksanakannya, karena metode mempunyai peran yang penting dalam suatu penelitian, terlebih dalam penelitian sejarah. Metode penelitian sejarah adalah suatu proses menganalisis dan menguji sumber-sumber di masa lampau secara kritis dengan merekonstruksi data yang didapatkan dari proses historiografi.¹⁰

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang berjudul “*Adibusana dan Kecantikan Remaja Perempuan Surabaya Tahun 1999 – 2010 Sebagai Representasi Rubrik Style Fashion & Beauty dalam Majalah GADIS.*” yaitu menggunakan metode penelitian sejarah, yang dalam prosesnya digunakan oleh peneliti untuk menyusun sebuah peristiwa sejarah guna mendapatkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Aminuddin Kasdi dalam bukunya yang berjudul *Memahami Sejarah*, terdapat 4 tahapan yang harus dilalui sejarawan, yaitu

heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi¹¹ Tahapan tersebut sebagai berikut :

1. Heuristik (Pencarian Sumber)

Pencarian sumber sejarah mengenai judul penelitian ini dimulai dari proses wawancara dengan beberapa remaja perempuan di era tahun 1999 – 2010 yang sekarang berkisar usia 29 – 40 tahun, yang pada masa itu berdomisili di Surabaya, pernah membaca majalah GADIS dan merasakan dampaknya. Langkah selanjutnya yaitu Pencarian Majalah GADIS se-zaman dilakukan di beberapa kios buku dan majalah di Jl. Semarang Surabaya dan toko buku bekas di Lebo – Sidoarjo. Majalah GADIS yang ditemukan oleh penulis meliputi :

GADIS edisi :

30 Maret – 8 April 1999.

No. 30 / XXVII, 10 – 20 November 2000.

No. 11 / XXVIII, 24 April – 04 Mei 2001

No.33 / XXIX, 11 - 27 Desember 2001

No. 08 / XXX, 22 Maret – 01 April 2002

No. 18 / XXX, 4 – 14 Juli 2003

No. 25 / XXX, 16 – 25 Desember 2003

No. 10 / XXXII, 11 – 20 April 2005

No. 27 / XXXII, 7 – 15 Oktober 2005

Edisi Tahunan 2006 “ *Maximize your look*”

¹⁰ Aminuddin Kasdi, *Memahami Sejarah*, (Surabaya : Unesa university Press, 2005), hlm . 10

¹¹ *Ibid.*

No. 01 / XXXIII, 10 – 19 Januari 2006
No.23 / XXXIII, 29 Agustus – 7 Sept
2006
No. 06 /XXXIV, 2 – 12 Maret 2007
No.12 / XXXV, 29 April 8 Mei 2008
No. 27 / XXXVI, 13 – 22 Oktober 2009
No. 19 / XXXVII, 13 – 22 Juli 2010

Surabaya Post terbitan 8 Juli 2007
Surabaya Post terbitan 6 Juli 2008
Surabaya Post terbitan 13 Juli 2008
Surabaya Post terbitan 20 Juli 2008
Surabaya Post terbitan 26 juli 2009
Surabaya Post terbitan 5 uli 2010

Guna mendapatkan informasi yang lebih valid terkait gambaran *style fashion & beauty* remaja perempuan Surabaya pada temporal 1999 – 2010, penulis menambahkan surat kabar (koran) Surabaya post menjadi salah satu sumber primer dalam penelitian ini. pencarian surat kabar surabaya post se-zaman dilakukan di perpustakaan medayu agung, surabaya. Surat kabar yang telah ditemukan dan terkumpul meliputi :

Surabaya Post Terbitan :

Surabaya Post terbitan 5 Desember 1999
Surabaya Post terbitan 26 Desember 1999
Surabaya Post terbitan 1 Juli 2000
Surabaya Post terbitan 30 uli 2000
Surabaya Post (Ti-Amo) No. 23 terbitan 16 – 23 Juni 2001
Surabaya Post terbitan 1 Juni 2003
Surabaya Post terbitan 15 Juni 2003
Surabaya Post terbitan 6 Juni 2004
Surabaya Post terbitan 13 Juni 2004
Surabaya Post terbitan 20 unu 2004
Surabaya Post terbitan 3 Juli 2005
Surabaya Post terbitan 24 Juli 2005
Surabaya Post terbitan 31 Juli 2005
Surabaya Post terbitan 13 Mei 2006
Surabaya Post terbitan 21 Mei 2006
Surabaya Post terbitan 28 Mei 2006

Setelah Sumber melalui wawancara, majalah dan surat kabar (koran) terkumpul langkah selanjutnya yakni melakukan studi pustaka terkait penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dengan harapan studi pustaka dapat mendukung dan menunjang serta melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. pada penelitian ini, literatur yang digunakan meliputi: Buku dengan judul *100 tahun fashion Indonesia* karya Moh. Ali Zaman, Jurnal dengan judul *Sumber-Sumber Informasi Perempuan di Surabaya dalam Peniruan Cara Berpakaian* karya Chika Citrawati, Jurnal dengan judul *Reinvestasi Pesona Visual dari Kecantikan Wanita Nusantara* karya Jasmine Farahdivya, Jurnal dengan judul *Kebijakan Redaksional Majalah Gadis dalam Membuat Konten Digital* Karya Past N. Larasaty, Jurnal dengan judul *Representasi Perempuan dalam majalah Wanita* karya Liliek Budiastuti dkk, Skripsi dengan judul *Analisis Transformasi Majalah Digital* karya Cintya Ladyana, Skripsi dengan judul

Kesenjangan kepuasan pembaca wanita remaja karya Paramita Putri Larasati, Skripsi dengan judul *Mode pakaian wanita di Surabaya tahun 1970 - 1990* karya Umma Wardhatul, Tesis dengan judul *Analisa Majalah yang Mengalami Perluasan Digital* karya Fatimah Ibtisam, dan laporan dari Tim Nusa Research dengan judul *Laporan mengenai majalah Wanita di Indonesia*

2. Kritik Sumber (Uji Kredibilitas Sumber)

Pada tahap selanjutnya yakni kritik sumber. Kritik sumber merupakan suatu kegiatan pengujian secara kritis terhadap sumber-sumber sejarah yang telah ditemukan, untuk memperoleh otentisitas dan kredibilitas dalam sebuah peristiwa sejarah. Pengujian ini dilakukan demi mengubah suatu data yang ada menjadi fakta. Dalam kritik sumber ini dibutuhkan data-data yang relevan dengan topik / tema penelitian. Dalam metode sejarah kritik sumber terbagi menjadi dua, yakni kritik ekstern dan kritik intern.¹² Kritik intern yaitu proses pengujian terhadap isi sumber sejarah. sedangkan dalam kritik ekstern yaitu kritik yang dilakukan dengan pengujian terhadap otentitas, asli, turunan,

palsu, dan relevan atau tidaknya dengan sumber.

Pada Tahap ini penulis melakukan kritik sumber terhadap narasumber dengan kriteria yakni remaja pada usia setara SMA berkisar 15 – 18 tahun pada masa itu, agar pernyataan yang dikeluarkan merupakan suatu konsepsi yang matang dan dapat dipertanggungjawabkan. Sumber majalah GADIS dan surat kabar Surabaya Post yang digunakan tidak setiap edisi terbit pada tahunnya, akan tetapi sampel yang menggambarkan situasi dan kondisi gaya berbusana remaja perempuan Surabaya yang telah direpresentasikan.

3. Interpretasi (Menganalisis Sumber)

Interpretasi merupakan sebuah penafsiran yang dilakukan terhadap sumber-sumber yang telah didapatkan. Fakta-fakta yang sudah diperoleh dari beberapa sumber akan dipilih dan ditafsirkan oleh penulis sesuai dengan tema penelitian.

Pada tahap ini, penulis menginterpretasi dan membandingkan data yang telah diperoleh dari proses wawancara dengan bukti otentik yang terdapat dalam majalah GADIS dan surat kabar surabaya post beserta sumber pendukungnya. Sehingga fakta sejarah yang didapatkan sinkron

¹² Sjamsudiin H, *Metodologi Sejarah*, (Yogyakarta : Ombak, 2007), hlm. 132.

antara sumber primer dengan sumber sekunder yang telah didapatkan. Fakta sejarah tersebut kemudian dihubungkan dan dibandingkan dengan fakta – fakta lain sehingga akan ditemukan sebuah “kebenaran”. Proses perangkaian ini disebut sebagai eksplanasi. Hasil dari eksplanasi tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk rekonstruksi sejarah.

4. Historiografi (Penulisan Sejarah)

Historiografi adalah tahap terakhir dalam penelitian sejarah. Pada tahap ini, penulis merekonstruksi atau menggabungkan beberapa fakta sejarah yang telah didapat dan ditafsirkan sebelumnya. Penulis akan menyajikan secara lengkap sesuai dengan tema penelitian. Sehingga penulisan sejarah bisa tersusun secara kronologis dan sistematis agar mudah dipahami. Dalam penelitian ini secara garis besar membahas tentang “Adibusana dan Kecantikan Remaja Perempuan Surabaya Tahun 1999 – 2010 Sebagai Representasi Rubrik Style Fashion & Beauty pada Majalah GADIS.”

HASIL DAN PEMBAHASAN

A--REPRESENTASI RUBRIK STYLE FASHION TERHADAP GAYA BERBUSANA REMAJA PEREMPUAN SURABAYA TAHUN 1999 – 2010

Di era 90-an istilah globalisasi mulai muncul dan menghadirkan dunia yang semakin tanpa batas. Hal demikian mempengaruhi masyarakat di seluruh penjuru dunia dan membawa perubahan disegala macam aspek kehidupan, tak terkecuali dibidang gaya berbusana. Di kota surabaya, berkembang pesatnya gaya berbusana pada mulanya dimulai pada masa orde baru sebagai awal dari munculnya berbagai macam teknologi dan media informasi yang berkemajuan. seperti radio, televisi, internet, koran, majalah, dan berbagai media informasi lainnya. Sejak era inilah gaya berbusana mulai banyak mengadopsi dari berbagai macam penjuru dunia, seperti *style* barat, *style* asia timur, *style* timur tengah, dan berbagai macam wilayah lainnya.

Gaya berbusana seorang perempuan tentunya akan mengalami suatu perbedaan ditinjau dari segi usia, latar belakang, kepribadian, dan berbagai dinamika aspek kehidupan lainnya. Jika ditinjau dari segi usia, remaja perempuan cenderung memiliki mode berbusana yang

lebih beragam dan dinamis, hal demikian disebabkan naluri seorang remaja untuk senantiasa tampil menarik dan menggambarkan wujud eksistensi diri.

Gaya berbusana selalu saja menjadi topik yang menarik bagi remaja perempuan, sebab gaya berbusana merupakan suatu mode yang terus berputar dan tak pernah ada matinya. Perkembangan demikian tidak luput dari dampak suatu media informasi yang menampilkan suatu visual tren gaya berbusana yang tengah populer di era tersebut. sehingga media informasi dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan tolok ukur bagi remaja perempuan dalam mengeksplor gaya berbusananya.

Di era 90-an sampai 2000-an awal salah satu media informasi yang dapat dijadikan referensi pemilihan gaya berbusana bagi remaja perempuan yakni majalah. terdapat begitu banyak majalah perempuan yang eksis, salah satunya yakni majalah GADIS yang memuat *life style* untuk kategori remaja perempuan. Majalah GADIS merupakan refleksi cerminan budaya dan karakter seorang remaja perempuan yang selalu berubah secara dinamis.

Dalam pembahasan dibawah ini, penulis akan mengkaji

terkait bagaimana remaja perempuan Surabaya merepresentasikan *style fashion* dengan mengadopsi referensi sumber dari majalah GADIS sebagai tolok ukur dalam berbusana. Majalah GADIS menjadi salah satu pilihan remaja perempuan Surabaya dalam mencari informasi terkait *life style* khususnya di bidang *style fashion*. Di Dalam majalah GADIS redaksi terus menampilkan suatu visual gaya berbusana yang terus berubah dari tahun ke tahun, dan hal demikian dapat mempengaruhi perubahan gaya berbusana remaja perempuan Indonesia khususnya di kota Surabaya. Representasi Rubrik *Style Fashion* Dalam Majalah GADIS Terhadap Gaya Berbusana Remaja Perempuan Surabaya dari tahun 1999 – 2010, meliputi sebagai berikut :

a. Tahun 1999 :

Gambar 1.



Sumber : GADIS edisi 30 Maret – 8 April 1999 ; Surabaya Post Terbitan Minggu 26 Desember 1999

Pada tahun 1999, Secara umum gaya berbusana remaja perempuan Surabaya memiliki kesan *mesh sporty dan wind breakers* dengan megedepankan beberapa gaya *vintage*. Para remaja memaknai suatu tren *vintage* dengan perspektif sesuai dengan selera dan kepribadian masing-masing individu. Tak sedikit remaja perempuan masih mengenakan *style* pada era 70-an sampai 80-an sebagai suatu *style fashion* yang *glamour* dan unik. Terbukti dengan muncul dan berkembangnya Penggunaan *dress, sweters, jaket denim, jas casual (blezzer) pakaian bassball dan penggunaan rok maupun celana jeans* dengan kaos yang longgar (*T-Shirt*) menjadi salah satu simbol *style casual* pada era ini.¹³

Remaja perempuan Surabaya memaknai *style vintage* dengan cara modern eksperimental yakni dengan cara memadu padankan (*mix & match*) *style vintage* dengan *style* yang lebih modern. Cara modern eksperimental, menjadi pilihan remaja perempuan Surabaya di era 90'an agar tetap tampil *trendy* dan modern. Salah satunya yakni

penggunaan *jeans levis* dengan *blouse* maupun kemeja yang dimasukan dengan tambahan aksesoris ikat pinggang, menjadi salah satu pilihan *style fashion* yang cukup diminati pada era itu.¹⁴

Pemilihan warna dalam gaya berbusana juga menjadi pertimbangan bagi para remaja perempuan Surabaya di era ini. dimana warna cerah mendominasi menunjukan sisi ceria dan *sporty*. Tak hanya demikian mode tabrak warna juga muncul dan berkembang pada era ini. pemilihan warna yang mencolok membuat aura pemakai semakin bersinar dan penuh semangat.¹⁵

Di dalam majalah GADIS di visualkan bahwa di tahun 90-an merupakan tahun serba ada dimana mode yang sempat populer dalam 10 tahun terakhir ini banyak dipengaruhi era-era sebelumnya. Ada yang bergaya 60-an (*cardigan, celana capri*) gaya 70-an (*celana bell bottom, serba denim, halterneck*), gaya 80-an (*baju-baju warna berani, celana baggy*) dan sejenisnya. Di era ini berbagai gaya

¹³ Wardhatul Umma, Skripsi : "*Mode Pakaian Wanita di Surabaya Tahun 1970 - 1990*", (Surabaya : Universitas Airlangga, 2016), hlm . 30

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Emi Sugiati (40 Tahun), di Jl. Mbah Ukir, Buduran - Sidoarjo, Tanggal 10 April 2021

¹⁵ Wardhatul Umma, Skripsi : "*Mode Pakaian Wanita di Surabaya Tahun 1970 - 1990*", *Op.Cit.*, hlm. 33.

berbusana menjadi menarik dengan *mix & match* yang tepat.

Visualisasi yang dihadirkan dalam majalah GADIS dapat memberikan dampak terhadap pemilihan gaya berbusana remaja perempuan Indonesia tak terkecuali di kota Surabaya. Salah satunya terpotret dalam Surat kabar Surabaya post dimana perempuan Surabaya merepresentasikan simbol *style* pada tahun ini yakni penggunaan busana *casual* yang meliputi perpaduan antara *T-shirt* dan rok maupun celana *jeans*.¹⁶

b. Tahun 2000 - 2001:

Gambar 2.



Keterangan Gambar : Tampak remaja perempuan mengenakan busana bertumpuk dengan perpaduan warna mencolok dan busana terusan (*dress up*)

Sumber : GADIS N0. 30 / XXVII, 10 – 20 November 2000 ; Surabaya Post terbitan 5 Desember 1999.

Majalah GADIS merepresentasikan *style fashion* tahun 2000 sebagai *style fashion* yang Atraktif, dinamis, ceria dan berani tampil beda. *Style fashion* di tahun ini lebih banyak mengadopsi gaya berpakaian di era 80'an yang kembali update di era 2000'an awal. Mode di tahun ini cenderung mencolok, meriah dan berani dengan bentuk lengan raglan (seperti sayap), rok lebar, leher sabrina, dan celana *baggy* adalah beberapa mode baju yang sedang naik daun di tahun ini. Warna yang dihadirkan yakni *sportlight* yang *ngejreng* dan serba ditumpuk.¹⁷ Remaja Perempuan Surabaya seringkali memadukan *style* diatas dengan aksesoris wajibnya berupa ikat pinggang yang sangat lebar serta lilitan warna-warni ikat kepala (*head band*) dengan paduan sepatu ballet maupun *flats shoes*. Untuk *dandanan* rambutnya identik dengan rambut blow rapi, rambut nge-bob atau keriting kecil-kecil maupun disasak.¹⁸

Dalam menghadiri suatu pesta maupun acara resmi, *style fashion dress up* maupun gaun mulai banyak diminati dan seringkali digunakan oleh remaja

¹⁶ Surabaya Post, terbitan 26 Desember 1999, dalam rubrik “*ekspresi – Bunga dimalam Gemerlap*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 8

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 92.

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Fita Yuniarti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 11 April 2021.

perempuan di kota Surabaya. Gaun panjang maupun gaun dengan rok mini, dengan paduan warna hitam, putih atau pastel akan menambah kesan anggun untuk remaja perempuan yang mengenakannya. Aksesoris tali kecil maupun *tube dress*. Dengan sepatu bertumit kecil maupun bertumit tebal akan tetap cocok untuk digunakan saat berpesta maupun menghadiri suatu acara resmi.¹⁹

Representasi dalam rubrik *style fashion* majalah GADIS terkait penggunaan *dress up* di tahun 2000, Selaras dengan informasi dalam surat kabar Surabaya post dimana potret gaya berbusana remaja perempuan Surabaya dengan *style futuristik dalam bentuk rok & dress up* mendominasi pada tahun 2000. Padupadan yang lebih inovatif dan berani menjadi pilihan corak gaya busana era millenium. Warna *sportlight*, abu-abu dan keperakan yang didapat sebagai warna millenium akan disertai dengan corak warna bohemian yang ceria seperti *baby blue*, *baby pink*, dan coklat terakota untuk kesan *nude* dan anggun.²⁰

¹⁹ Surabaya Post, terbitan 5 Desember 1999, dalam rubrik “*ekspresi Futuristik Warnai Tren Kain 2000*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 8

²⁰ Surabaya Post, terbitan 5 Desember 1999, dalam rubrik “*ekspresi Futuristik Warnai*

Gambar 3.



Keterangan Gambar : Tampak remaja perempuan mengenakan busana terusan dan busana dengan *style ready to wear*.

Sumber : GADIS No. 11 / XXVIII, 24 April – 04 Mei 2001, GADIS No.33 / XXIX, 11 - 27 Desember 2000 ; Surabaya Post edisi tabloit mingguan (Ti-Amo) 16 – 23 Juni 2001 ; Surabaya Post terbitan 16 Juli 2000 ; Surabaya Post terbitan 30 Juli 2000.

Di dalam rubrik *style* majalah GADIS menjelaskan bahwa *style ready to wear* merupakan hasil adopsi perancang dunia di peragaan busana tahun 2000 - 2001 di Paris, Milan dan London. Para model tampil dengan koleksi blus maupun *t-shirt* dengan bawahan rok maupun *jeans*.²¹

Tren Kain 2000”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 8

²¹ GADIS, No. 11, Edisi 24 April – 04 Mei 2001, “dalam rubrik *info mode*”,

Istilah baju *ready to wear* menjadi salah satu *style* yang juga populer di Indonesia tak terkecuali di kota Surabaya pada tahun 2000 - 2001. *ready to wear* bukan hanya suatu istilah untuk baju-baju santai dan sederhana seperti *T-shirt* maupun celana panjang *jeans*. Akan tetapi mencakup baju-baju *casual* sehari-hari yang modelnya bisa jadi tidak terlalu simple. Baju-baju *ready to wear* umumnya terbuat dari bahan-bahan yang ringan, menyerap keringat dan nyaman dipakai seperti katun, kaos maupun bawahan *jeans* maupun denim yang sedang naik pamor dikalangan remaja Surabaya.

Gaya berbusana demikian digemari oleh remaja perempuan Surabaya karena terkesan sederhana dan sesuai dengan cuaca kota Surabaya yang memiliki suhu udara tinggi. Gaya berbusana ini sangat cocok digunakan diberbagai macam kegiatan remaja sehari-hari. Seperti *hang out*, bimbingan belajar, belajar kelompok, dan berbagai kegiatan lainnya. *Style* ini juga menjadi salah satu kreasi baru kaum muda *gaul* yang dihadirkan di Surabaya oleh *Benhill Millennium* di Plaza Surabaya pada awal era 2000'an.²²

(Jakarta : PT. Gaya Favorit Press, 2001), hlm. 24.

²² Surabaya Post, terbitan 30 Juli 2000, dalam rubrik "ekspresi - Kreasi

c. Tahun 2002 - 2003

Gambar 4.



Keterangan Gambar : Tampak remaja perempuan mengenakan busana bermotif , Seperti motif garis, motif bintang maupun motif wajik.

Sumber : GADIS No. 18 / XXX, 4 – 14 Juli 2003, GADIS No. 25 / XXX, 16 – 25 Desember 2003, GADIS No. 08 / XXX, 22 Maret – 01 April 2002 ; Surabaya Post terbitan 15 Juni 2003

Di tahun 2002 - 2003, gaya berbusana remaja perempuan Surabaya sebagai wujud representasi rubrik *style fashion* dalam majalah GADIS yakni busana bermotif. Motif demikian meliputi berbagai jenis bentuk, akses, dan beragam motif lainnya. Seperti motif garis, motif bintang

Baru Kaum Muda Gaul", (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 8

maupun motif wajik. Tak hanya demikian mengubah gaya dengan motif bunga bisa membuat seorang remaja perempuan tampil lebih dinamis dan feminin. Motif polkadot juga menjadi pilihan dengan ukuran polkadot yang cenderung kecil dan sedang.²³

Representasi dalam rubrik *style fashion* majalah GADIS terkait busana bermotif di tahun 2001 - 2003, menunjukkan kesamaan dengan informasi dan potret dalam surat kabar Surabaya post yakni terdapat informasi mengenai penggunaan busana bermotif yang sedang naik daun dikalangan remaja Surabaya. Salah satunya diperagakan dan didesign oleh mahasiswa TIK – FT Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dalam cipta busana yang ditampilkan dalam pagelaran bertema *East Life 2003* di Hotel JW Marriot, Surabaya. Inspirasi mengenai busana bermotif dituangkan melalui berbagai macam teknik seperti, *design hand printing, printing, air brush, mbroidery, smoks, pleat, hingga dying*.²⁴

²³ GADIS, No. 25, Edisi 4 – 14 Juli 2003, “dalam rubrik mode”(Jakarta : PT. Gaya Favorit Press, 2003), hlm. 53

²⁴ Surabaya Post, terbitan 15 Juni 2003, dalam rubrik “Gaya East Life”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 9.

d. Tahun 2004 – 2005

Gambar 5.



Keterangan Gambar : Tampak remaja perempuan mengenakan busana etnik dari berbagai negara, busana balero, serta Tampilan busana jenis *A – line dress, blouse chiffon, kaftans overall dan uniform*.

Sumber : GADIS No. 10 / XXXII, 11 – 20 April 2005, GADIS No. 27 / XXXII, 7 – 15 Oktober 2005 ; Surabaya Post terbitan 20 Juni 2004 ; Surabaya Post terbitan 3 Juli 2005.

Pada tahun 2004 - 2005, mulai muncul berbagai macam *style fashion* yang diadopsi dari berbagai macam penjuru dunia dan menonjolkan berbagai etnik dari belahan dunia lain. Redaksi majalah GADIS menyebut sebagai *style “global world”* dengan gambaran sebagai berikut :

Mexicano : Akses Rajutan dan sulaman bunga – bunga dengan gaya tumpuk ditambah aksesoris *colorfull*

Africana : Warna-warna *bright* dengan motif *tie dye* dan aksesoris tribal dari tulang aupun perak.

Asiatic : Gemerlap payet, kain sari india, motif bunga dan sulaman tasik, dan *baby doll* kimono oriental.²⁵

Visualisasi *style* adopsi intenasional dalam majalah GADIS dan informasi dalam surat kabar Surabaya post menunjukkan suatu persamaan dengan sebutan *style* “*global Word*” dan *style* “*Around the World*” sebagai salah satu karya siswa LPTB Susan Budiharjo di Surabaya yang menampilkan busana etnik dari berbagai negara salah satunya Asia - India dengan permainan warna seperti *baby blue*, *baby pink*, dan *purple* serta penggunaan payet dan borci. Selain itu pada awal tahun 2004, perancang Poppy Dharsono menggelar koleksi 40 busana malam di Hotel Shangri – LA, Surabaya dengan nuansa busana jawa, India, China dan Eropa yang ditujukan sebagai gambaran remaja

perempuan Surabaya agar selalu tampil dinamis dan modern²⁶

e. Tahun 2006 – 2007

Gambar 6.



Keterangan Gambar : Tampilan kolase tren busana remaja perempuan tahun 2006 - 2007

Sumber : GADIS Edisi Tahunan 2006 “*Maximize your look*”, GADIS No. 01 / XXXIII, 10 – 19 Januari 2006, GADIS No.23 / XXXIII, 29 Agustus – 7 Sept 2006, GADIS No. 06 /XXXIV, 2 – 12 Maret 2007 ; Surabaya Post terbitan 7 Mei 2006, Surabaya Post

²⁵ GADIS, No. 10, Edisi 11 – 20 April 2005, “*dalam rubrik info mode*” (Jakarta: PT. Gaya Favorit Press, 2005), hlm. 31.

²⁶ Surabaya Post, terbitan 20 Juni 2004, dalam rubrik “*Paduan Aksen Asia – Eropa*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13

terbitan 6 Juli 2006 ; Surabaya Post terbitan 8 Juli 2007.

Di tahun 2006 - 2007, secara umum gaya berbusana remaja perempuan Surabaya sebagai wujud representasi rubrik *style fashion* dalam majalah GADIS diantaranya yakni, *style ready to wear* (pakaian *casual*).

Style ini kembali naik daun dan digemari remaja perempuan Surabaya di tahun 2006 – 2007. *Style* ini diterapkan Aigner dalam koleksinya yang digelar di Surabaya. Dalam informasi tersebut redaksi Surabaya Post menuturkan bahwasannya *style ready to wear* tersebut ditampilkan dalam setelan busana yang dipergelarkan dihadapan penggemar mode di Surabaya. Pilihan warnanya lebih *soft* dari tahun-tahun sebelumnya seperti hijau muda, putih, kuning, *caramel*, *teracotta*, hingga perpaduan warna *rose*, *raspberry* dan *nougat*. Dengan bahan ringan seperti katun, *soft silk*, *wool*, *jeans*, dan *shiffon*.²⁷

²⁷ Surabaya Post, terbitan 7 Mei 2006, dalam rubrik “*ringan & Sempel di Musim Panas*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13.

f. Tahun 2008

Gambar 7.



Keterangan Gambar : Tampak remaja perempuan mengenakan busana berjenis *dress*

Sumber : GADIS No.12 / XXXV, 29 April 8 Mei 2008 ; Surabaya Post terbitan 30 Juli 2008.

Little dress menjadi salah satu *style* yang digemari sepanjang era 2000’an, dan kembali booming di tahun 2008. *Little dress* menjadi salah satu *style* yang cocok digunakan dalam berbagai suasana seperti jalan-jalan maupun acara resmi seperti pesta. Warna *dress* yang digemari remaja perempuan Indonesia identik dengan warna hitam, pastel, maupun warna-warna cerah dan *soft*.

Dalam Rubrik T&J mode di majalah GADIS, redaksi menyatakan bahwa *style* ini cocok dipadukan dengan baju atau aksesoris lain yang sesuai dengan tema yang diinginkan. Kalau ingin bergaya *sporty*, *little dress* sangat cocok jika dipadukan dengan *sweat*

pants, fitted tees dan sepatu *flip on* yang *casual*.²⁸

Visualisasi dalam rubrik *style fashion* majalah GADIS, Selaras dengan informasi dalam surat kabar Surabaya Post yakni modifikasi *little dress* dalam sentuhan batik. Busana jenis ini sudah beberapa kali hadir dalam gelar busana yang berlangsung di Surabaya. *Little dress* dan batik menjadi salah satu busana yang layak menjadi tren di tahun ini dan merupakan salah satu busana dengan komposisi yang pas dan membawa unsur budaya Indonesia.²⁹

g. Tahun 2009 - 2010

Gambar 8.



²⁸ GADIS, No. 12, Edisi 29 April – 08 Mei 2008, dalam rubrik *tanya & jawab modis*” (Jakarta : PT. Gaya Favorit Press, 2008) , hlm. 50.

²⁹ Surabaya Post, terbitan 20 Juli 2008, dalam rubrik “*Ramai-Ramai Angkat Derajat Batik*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13.

Keterangan Gambar : Tampak remaja perempuan mengenakan busana dengan style M.O.D, *boyish style school girl look* dan berbagai jenis busana berbahan denim.

Sumber : GADIS No. 27 / XXXVI, 13 – 22 Oktober 2009 ; GADIS, No. 19 / XXXVII, 13 – 22 Juli 2010 ; Surabaya Post terbitan 26 Juli 2009

M.O.D & *Cool Design* yakni *mono tone* denim berpadu dengan *menswear* dan kaos yang nyaman menghasilkan *effortless look* yang *casual* dan *cool*. Designer Alexander Wang memberikan rasa tersendiri di dunia *fashion*. *Model Of Duty* (M.O.D) *look* diperkenalkan olehnya, terinspirasi dari gaya para perempuan saat bangun di pagi hari, berpakaian seadanya, tapi tetap terlihat keren. Semuanya dirangkum dari kemewahan designer bertemu dengan *urban street style* dalam satu *runway*.³⁰

Selain itu, *Mode Boys Talk* atau biasa disebut *style Neo – Androgyny* yang merupakan percampuran antara gaya maskulin dan feminin adalah ramuan baru yang menghasilkan tampilan yang sangat menarik dan populer di Indonesia tak terkecuali di kota Surabaya pada tahun 2009 – 2010, dalam majalah GADIS direpresentasikan sebagai berikut :

³⁰ *Ibid*.

Style O- boy : merupakan *style* dengan legging bermotif dan balero bersoulder pad bisa jadi formula *boyish* yang terlihat gagah, dan dilengkapi dengan aksesoris bermotif *animal print* dan *studs* yang *outstanding*.

Yang Hip : Merupakan *style* dengan *fringe* dan jeans, menjadi *style* yang sedang populer ditahun ini. keduanya akan cocok dengan tampilan yang lebih maskulin dengan menambahkan *Sartorial Blazer* berwarna hitam.

Sefuturistik gaga : Hebohnya lady gaga otomatis menjadi *trendsetter* mode dunia. Para remaja perempuan seringkali mengadopsi penampilannya dengan *dress* futuristik berpadding.³¹

Stripe madness : Motif garis-garis bisa menjadi salah satu ciri khas yang mencerminkan *school girl look*. Mulai dari *outwear*, *mini dress*, sampai atasan yang menyatu dengan rok.

Style Denim : Berbagai macam celana denim mewarnai gaya berbusana remaja perempuan Surabaya di tahun seperti *boot cut jeans*, *classic cut jeans*, *flare jeans*,

straight jeans, *straight cut jeans*, dan *skinny jeans*.³²

Visualisasi dalam rubrik *style fashion* majalah GADIS terkait *style* bernuansa M.O.D dan Mode *Boys Talk*, sinkron dengan informasi dalam surat kabar surabaya post yakni hadir dan populernya mode M.O.D maupun *boyish* yang *casual* dan *simple* di kalangan remaja perempuan Surabaya dengan busana basicnya berupa *T-shirt* yang hadir lebih variatif.³³

Aspek Yang Mengalami Perubahan terkait Representasi Rubrik *Style Fashion* Dalam Majalah Gadis Tahun 1999 - 2010 :

Tabel 1.

<p>RUBRIKASI : Dalam periode tahun 1999 – 2010, rubrik <i>style Fashion</i> mengalami perkembangan konten dalam berbagai macam jenis penamaan, seperti : T&J Mode, Mode, Tampil beda, Info Mode, Gaya Modis, Trendi, Hemat Gaya, dan sebagainya.</p>

³¹ GADIS, No. 27, Edisi 13 – 22 Oktober 2009, “dalam rubrik mode” (Jakarta : PT. Gaya Favorit Press, 2009) , hlm. 31.

³² GADIS, No. 19, Edisi 13 – 22 Juli 2010, “dalam rubrik mode” (Jakarta : PT. Gaya Favorit Press, 2010) , hlm. 56.

³³ Surabaya Post, terbitan 26 Juli 2009, dalam rubrik “ *Trendi dengan Kaos Fesyen*”. (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 17.

IKLAN FASHION :

Perubahan iklan dalam rubrik *style fashion* terjadi selaras dengan tren *fashion* dunia maupun lokal yang sedang populer di tiap tahunnya. Iklan yang hadir meliputi brand lokal maupun brand internasional. Kehadiran iklan yang terus berubah berdampak pada penjualan produk yang ada serta mempengaruhi perubahan *style fashion* di tiap tahunnya .

PERUBAHAN REPRESENTASI :

Tahun 1999 – 2000'an awal :

Style fashion Vintage

Tahun 2005 – 2010 : *Style Modern*

adaptasi *fashion* lokal & Internasional

**B--REPRESENTASI RUBRIK
STYLE BEAUTY DALAM
MAJALAH GADIS TERHADAP
MODE KECANTIKAN REMAJA
PEREMPUAN SURABAYA
TAHUN 1999 - 2010**

Perempuan dan kecantikan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Standart suatu kecantikan tentunya akan berbeda dan berubah-ubah di setiap wilayah diseluruh penjuru dunia. Dan media informasi salah satunya yakni majalah merupakan suatu media yang mampu menghegemoni terkait sandart kecantikan yang ada

dan disajikan melalui rubrik *style beauty* yang ada dalam suatu majalah. Dengan adanya suatu standart tersebut seorang perempuan ingin selalu tampil cantik agar lebih percaya diri.

Salah satu Majalah yang dikatogerikan untuk remaja perempuan yakni majalah GADIS. Majalah GADIS hadir dengan berbagai konten maupun rubrik *style beauty* yang ditujukan untuk usia belasan berkisar 12 – 18 tahun. Produk kecantikan yang disajikan pun beragam namun tetap bersifat *teenegers*.

Pada penjelasan dibawah ini penulis akan mengkaji terkait representasi dan perubahan rubrik *style beauty* dalam majalah GADIS dari tahun 1999 – 2010 terhadap mode kecantikan remaja perempuan Indonesia khususnya di kota Surabaya. Dampak dari visual yang ditampilkan rubrik *style beauty* dalam massjalah GADIS akan mempengaruhi dari segi pemaknaan dan representasi remaja perempuan di kota Surabaya. Berikut representasi dan perkembangan rubrik *style beauty* dalam majalah GADIS terhadap mode kecantikan remaja perempuan tahun 1999 – 2010 :

A. KOSMETIK PADA WAJAH (COMPLEXION DASAR)

Gambar 9.



Sumber : GADIS, No. 30, Edisi 10 – 20 November 2000 ; Surabaya Post terbitan 30 Jui 2000

a. Foundation dan Bedak

Perkembangan foundation modern pada mulanya dimulai tahun 1952 oleh salah satu brand kecantikan *Coty* yang merilis foundation cair yang kemudian disusul dengan beberapa brand besar lainnya. Perkembangan demikian ditunjang pula dengan perkembangan teknologi di dunia kecantikan. Di era 90-an foundation mulai hadir dalam bentuk beragam. Seperti foundation padat maupun compact yang biasa disebut bedak, foundation cair, foundation stik, *cushion* hingga *airbrush*. Tak tanggung-tanggung foundation di era 2000-an juga hadir dengan beragam warna yang disesuaikan dengan warna kulit wanita diberbagai wilayah diseluruh penjuru dunia. Dari segi formulapun juga disesuaikan dengan kulit para perempuan. Ada yang dikhususkan untuk kulit

sensitif, kering, normal, dan berminyak. Dan tingkat *coverage* pun juga beragam dari yang *low*, *medium* hingga *high coverage*.³⁴

Sejak awal tahun 2000-an, kehadiran foundation di dunia kecantikan sedikit tergeser dengan hadirnya BB, CC, hingga DD cream yang dipopulerkan oleh perempuan Korea Selatan. Cream tersebut merupakan pelembab berwarna yang juga memiliki kandungan skincare didalamnya.³⁵

Dalam majalah GADIS terdapat beberapa informasi terkait foundation meliputi berbagai macam tips dan trik pemilihan warna agar sesuai dengan warna kulit para remaja sehingga tampilan *make up* yang dihasilkan masih terkesan natural sesuai dengan usianya.³⁶

Informasi dalam majalah GADIS terkait *complexion* wajah dapat direpresentasikan oleh remaja perempuan Surabaya pada era tersebut seperti tercuplik dalam surat kabar Surabaya Post, yakni informasi yang terkait dengan remaja perempuan Surabaya dalam

³⁴ Intan Kemala Sari, "Asal Usul Foundation, Dulunya Terbuat dari Timbal Beracun", www.kumparan.com, (diakses pada 13 April 2021, pukul 14.36)

³⁵ *Ibid.*

³⁶ GADIS, No. 27, Edisi 7 – 15 Oktober 2005, "dalam rubrik dandan, *Op.Cit.*, hlm. 46.

mengaplikasikan *complexion* dasar seperti penggunaan primer sebagai *base make up* agar hasil *make up* lebih tahan lama dan berlanjut pada penggunaan *foundation* sesuai jenis warna kulit agar riasan yang dihasilkan tampak natural dan penggunaan *conceler* untuk beberapa bagian yang ingin di *cover* lebih seperti lingkaran mata dan bekas jerawat. Pasca tahun 2000 berbagai produk kosmetik mengalami Perkembangan pesat termasuk bentuk serta jenis *foundation* maupun bedak.³⁷

b. Pewarna Pipi

Gambar 10.



Keterangan gambar : Tampak produk *blush on* dan perempuan yang sedang mengaplikasikan *blush on*.

Sumber : GADIS, No. 11, Edisi 24 April – 04 Mei 2001 ; Surabaya post terbitan 19 Desember 1999.

Pewarna pipi atau biasa disebut sebagai *blush on* merupakan salah satu *make up* yang ditunjukkan agar

tampilan wajah seorang remaja terlihat lebih segar dan cerah dengan pilihan warna bernuansa pink maupun peach³⁸. Dalam mengaplikasikan *blush on* diperlukan kuas besar berbulu halus untuk menghasilkan warna yang natural. *Blush on* dibubuhkan tepat di tulang pipi arah bawah ke atas, atau bisa menyesuaikan bentuk wajah dari setiap perempuan.³⁹

Jenis *blush on* beraneka ragam, salah satu *blush on* yang *hype* di era 1999 - 2000-an awal yakni *blush on cream*. Istilah *blush on cream* berbeda dari *blush on* pada umumnya. Dari bentuknya, cara penggunaannya sampai manfaatnya. Di dalam majalah GADIS dijelaskan bahwa penggunaan *blush on cream* dipakai dengan cara mengoleskan dengan tangan yang bersih. *Blush on* ini lebih tahan lama dan memberikan kesan warna yang natural. Selain itu juga membuat wajah bebas dari kesan terlalu berminyak maupun terlalu kering.⁴⁰

³⁸ Majalah GADIS, No. 30, Edisi 10 – 20 November 2000, “dalam rubrik *dandan*”, *Op.Cit.*, hlm. 29

³⁹ Wawancara dengan Raea Yekti Aditya (29 Tahun), di Jl. KH. Ali Mas’ud, Buduran – Sidoarjo, Tanggal 17 April 2021

⁴⁰ GADIS, No. 10, Edisi 11 – 20 April 2005, “ dalam rubrik *tanya & jawab cantik*”, *Op.Cit.*, hlm. 52

³⁷ Surabaya Post, terbitan 13 Juli 2008, dalam rubrik “*pesona*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm.13

Informasi terkait penggunaan *blush on* bagi remaja perempuan Surabaya dalam majalah GADIS selaras dengan informasi dalam surat kabar Surabaya Post dimana Remaja perempuan Surabaya lebih sering mengaplikasikan *blush on* dengan pilihan warna pink muda, merah kecoklatan atau peach lantas penggunaan *blush* dengan kuas merupakan hal yang disarankan agar hasil riasan tampak natural. Pemilihan jenis *blush on* yakni *blush on powder* yang sudah populer sebelum era 2000'an maupun *Blush on* krim terbilang masih baru kehadirannya di dunia *make up* Surabaya pada era awal 2000'an.⁴¹

B. KOSMETIK PADA BAGIAN MATA

Gambar 11.



Keterangan Gambar : Hasil riasan (*make up*) di bagian mata dengan berbagai macam *look*.

Sumber : GADIS No. 18 / XXX, 4 – 14 Juli 2003 ; Surabaya Post terbitan 1 Juni 2003

⁴¹Surabaya Post, terbitan 13 Juli 2008, dalam rubrik “*pesona*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13

a. Pensil Alis

Alis merupakan salah satu bagian wajah yang tak kalah penting untuk membantu wajah terlihat lebih tajam. Alis yang bagus dan rapi bisa membuat seorang perempuan tampil lebih percaya diri. Bentuk alis pada perempuan mengalami evolusi maupun perubahan tiap tahunnya. Di era 90-an – 2000'an awal, bentuk alis yang pendek dan tipis menjadi salah satu bentuk yang paling digemari pada saat itu. Kebanyakan perempuan rela mencukur bahkan mencabut alis alami mereka demi mengikuti tren alis di tahun itu. Sedangkan bentuk alis yang populer di era tahun 2010 yakni alis tebal natural dan bentuk ini bertahan cukup lama hingga beberapa tahun terakhir. Bagian alis yang jarang akan ditutup menggunakan pensil alis. Bahkan dalam beberapa kasus, banyak perempuan yang memilih untuk sulam alis demi mendapatkan alis tebal impiannya.⁴²

Terdapat beberapa trik & tips rubrik *style beauty* dalam majalah GADIS dalam membuat alis yang pantas untuk remaja yakni tempelkan mal, pola alis, atau ikuti pola alis natural yang disukai. Ukur

⁴²Anisa Rizki, Begini, “*Evolusi Alis Wanita Sepanjang Sejarah*”, www.idntimes.com, (diakses pada 13 April 2021, pukul 14.43)

panjang alis sesuai dengan alis asli. Kemudian dibentuk tipis-tipis dengan pensil alis warna hitam maupun coklat atau cukup dengan eyeshadow sesuai warna alis. Setelah itu baurkan dengan kuas agar hasilnya lebih natural.⁴³ Tips dan trik tersebut direpresentasikan oleh remaja perempuan Surabaya dan terpotret dalam surat kabar Surabaya post sebagai salah satu pemilihan bentuk alis yang natural akan tetapi memiliki aksesoris tebal yang tengah populer di era menginjak 2010.⁴⁴

b. Bulu Mata

Kosmetik pada bulu mata identik dengan mascara maupun bulu mata palsu untuk menghasilkan bulu mata yang lentik. tidak terdapat perubahan yang signifikan terkait produk bulu mata. Dalam majalah GADIS redaksi menuliskan bahwasannya mascara lebih cocok digunakan dalam kegiatan sehari-hari karena menghasilkan kesan yang natural. Sedangkan bulu mata digunakan untuk kegiatan yang menggunakan *make up* tebal, seperti pesta

maupun wisuda sekolah.⁴⁵ Remaja perempuan Surabaya di era 1999 - 2010 cenderung jarang menggunakan kosmetik bulu mata atau lebih memilih menggunakan mascara untuk membantu membuat bulu mata lebih lentik dibandingkan menggunakan bulu mata palsu.⁴⁶

c. Eyeshadow

Eyeshadow modern mulai populer di dunia kecantikan sejak tahun 1920 yang memicu para produsen kosmetik menciptakan lebih banyak variasi warna dan bentuk *eyeshadow*. Seperti warna gelap untuk tren *smoky eyes*, warna berkilau untuk tren *metallic eyes* dan *glittery eyes* warna *nyentrik* untuk tren *harajuku*, dan sebagainya. Atau *eyeshadow* dalam bentuk krim, krayon, cair, *loose powder* dan bubuk.⁴⁷

Dalam majalah GADIS direpresentasikan bahwa penggunaan *eyeshadow* yang natural cenderung dengan 2 warna

⁴³ GADIS, No. 30, Edisi 10 – 20 November 2000, “dalam rubrik *dandan*”, *Op.Cit.*, hlm. 28

⁴⁴ Surabaya Post, terbitan 5 Juli 2010, dalam rubrik “*vogue – Berdandanlah sesuai usia*”, Surabaya “Surabaya Post”, hlm. 17

⁴⁵ GADIS, No. 30, Edisi 10 – 20 November 2000, *Op.Cit.*, hlm. 28

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Fita Yuniarti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 11 April 2021

⁴⁷ Pro Beauty Care, “*Beauty History : Sejarah Eyeshadow yang Wajib Kamu Tahu!*” www.probeautycare.com (Diakses pada 13 April 2021, Pukul 14.45)

yaitu coklat muda dan coklat tua. warna dasarnya adalah coklat muda diseluruh kelopak mata dan warna coklat tua dibubuhkan pada garis kelopak mata. Selain itu nuansa pink, peach, maupun warna-warna *nude* juga menjadi pilihan penggunaan *eyeshadow* bagi remaja di era 1999 – 2010.⁴⁸ Tak hanya informasi demikian, dalam majalah GADIS redaksi menampilkan berbagai tips & trik pengaplikasian *eyeshadow* sebagai salah satu *make up* dasar bagi seorang perempuan.

Visualisasi penggunaan *eyeshadow* dalam majalah GADIS menunjukkan suatu kesamaan dengan informasi yang terdapat dalam surat kabar Surabaya Post terkait penggunaan *eyeshadow* bagi remaja perempuan Surabaya yakni, beberapa remaja Surabaya memilih menggunakan warna terang dan beberapa lainnya lebih suka mengaksentuasikan mata dengan menciptakan gaya *smokey eye* atau *cat eye*. Namun, penggunaan warna dasar *eyeshadow* yang natural lebih mayoritas digunakan oleh remaja surabaya dalam berbagai jenis aktivitas.⁴⁹

d. Eyeliner

Dalam sejarah hadirnya produk kosmetik *eyeliner*, bahan dasar *eyeliner* terbuat dari khol yang merupakan bubuk hitam digunakan untuk menggelapkan kelopak mata, alis, dan bulu mata. Lalu pada tahun 1930 max factor menciptakan formula khol yang dipanaskan diatas api dan ketika meleleh maka khol akan dioleskan pada bulu mata dengan aplikator silinder sehingga terciptalah *eyeliner* dalam berbagai macam bentuk. Di era 90-an sampai 2000-an awal terciptalah *eyeliner* liquid dengan berbagai jenis dan formula yang terus berkembang dari masa ke masa.⁵⁰

Informasi dalam Surabaya Post yakni Pemilihan *Eyeliner* hitam baik dalam jenis cair maupun pensil menjadi salah satu jenis *eyeliner* yang selalu populer disepanjang tahunnya dan menjadi pilihan bagi remaja perempuan Surabaya di era 1999 – 2010 dengan tampilan mata *wings* (ekor) agar terlihat lebih tajam.⁵¹ Akan tetapi kehadiran *Eyeliner* putih menjadi salah satu pensil ajaib yang dapat digunakan untuk

⁴⁸ GADIS, No. 30, Edisi 10 – 20 November 2000, *Op.Cit.*, hlm. 28

⁴⁹ Surabaya Post, terbitan 13 Juli 2008, dalam rubrik “*pesona*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13

⁵⁰ Yolanda Selviana dkk, *YoL Make Up Courses (Perencanaan Pendirian Jasa Kursus Make Up)*, dalam jurnal STIE Multi Data Palembang, hlm. 2

⁵¹ Surabaya Post, terbitan 13 Juli 2008, dalam rubrik “*pesona*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13

membentuk bagian mata dan memiliki banyak kegunaan lainnya. Tidak hanya dibagian atas mata saja, tetapi juga bisa berguna di sekitar bagian wajah, salah satunya digunakan sebagai *highlighter*.⁵²

C. KOSMETIK PADA BIBIR

Gambar 12.



Keterangan Gambar : Berbagai macam jenis kosmetik bibir.

Sumber : GADIS No. 25 / XXX, 16 – 25 Desember 2003

Di era tahun 1999 - 2010, kosmetik untuk bibir hadir lebih banyak varian dan jenisnya. Di dalam majalah GADIS digambarkan sebagai berikut :

Lipstik stik, bentuk *basic* lipstik yang tergolong klasik ini pada umumnya memiliki warna yang bisa membuat wajah jadi terlihat lebih cerah. Terdiri dari dua jenis yaitu *matte* yang tidak mengkilap

dan biasanya lebih tahan lama. *Glossy* memberikan efek kilat dan membuat bibir selalu terlihat lembab. Cara penggunaannya yakni olekskan pada bibir atau pakai kuas agar lebih merata.

Lipstik tube, bentuknya cair dikemas dalam bentuk tube seperti pasta gigi, berfungsi melembabkan dan menyetatkan bibir karena memiliki kandungan vitamin. Seringkali berwarna pastel dan *glossy*. Sekarang ini sudah ada lipstik *tube* dengan nama yang lebih kekinian yakni *juicy tube*, karena cairannya mengandung aroma buah-buahan. Cara pemakaiannya yakni tekan sedikit *tubenya* dan langsung dioleskan ke bibir dengan bantuan jari, sekaligus untuk meratakan.

Liquid lipstik berkuas, berbentuk seperti maskara, isinya cair dengan kuas pada ujungnya. Efek warnanya bisa memberi kesan bibir penuh, cerah dan tetap lembab. Cara pemakaiannya yakni mengoleskan dengan rata pada bibir dengan kuas yang ada.

Lip pensil, bentuknya seperti pensil dengan ujung yang sedikit keras. warnanya pekat dan tahan lama. Agar ujungnya tetap runcing, diperlukan rautan khusus. Seringkali warnanya *matte* dan

⁵² Wawancara dengan Raeza Yekti Aditya (29 Tahun), di Jl. KH. Ali Mas'ud, Buduran – Sidoarjo, Tanggal 17 April 2021

tidak mengkilap. Cara penggunaannya yakni dioles langsung memenuhi bibir lalu tekan dengan tisu untuk mengangkat warna yang berlebihan.

Liquid lipstick berkuas spons, bentuknya seperti maskara, isinya cair pekat dan memiliki spons pada ujungnya. Fungsinya bisa memberikan kesan basah dan mengkilapkan bibir dengan highlight. *Liquid* lipstick ini ada juga yang berglitter. Cara penggunaannya yakni dengan mengoleskan secara merata keseluruh permukaan bibir secara langsung maupun setelah penggunaan lipstick.

Lip balm, bentuknya *compact cream*, warnanya transparan, dan berfungsi menyetatkan bibir karena mengandung vitamin dan melindungi bibir dari cuaca dan sinar matahari karena mengandung SPF. Cara penggunaannya yakni dengan mengoleskan langsung dengan jari sebelum maupun sesudah menggunakan lipstick. Oleskan sesering mungkin bila bibir sedang kering.

Lip gloss, berbentuk bening dan kental berwarna pastel atau terkadang tanpa warna. *Lipgloss* bisa memberikan kesan segar, berminyak dan cantik alami. Cara penggunaannya yakni dengan

mengoleskan secara langsung pada bibir untuk tampil alami atau sesudah memakai lipstick untuk kesan berseri.

Lipstick krim, bentuknya dikemas *compact*. Yang jenis *creamy* bisa dipakai untuk memberi kesan lembab. Sedangkan yang jenis *matte* dipakai untuk efek bibir penuh dan natural. Cara penggunaannya yakni dengan bantuan kuas maupun jari untuk meratakannya.

Lipstick bentuk pallete, lipstick jenis ini memiliki beberapa warna dalam satu tempat. Warnanya bisa dicampur dan menghasilkan warna yang sesuai dengan keinginan. Cara penggunaannya yakni mebgoleskan dengan bantuan kuas, lalu ratakan dengan tissue yang diletakan diatas bibir.⁵³

Berbagai jenis *make up* bibir yang diinformasikan dalam majalah GADIS dapat memberikan dampak dan direpresentasikan oleh remaja perempuan Surabaya. Informasi dalam majalah GADIS menunjukkan kesamaan dengan potret dan informasi dalam surat kabar Surabaya post terkait pemilihan penggunaan *make up* bibir yang

⁵³ GADIS, No. 25, Edisi 16 – 25 September 2003, “dalam rubrik dandan” , *Op.Cit.*, hlm . 36.

digunakan oleh remaja perempuan di Surabaya, yakni mengaplikasikan *lip balm* untuk memaksimalkan “kekuatan” lipstik dan dilanjut penggunaan berbagai pilihan jenis lipstik serta diakhiri dengan penggunaan *lipgloss* untuk menghasilkan *look* akhir yang lebih indah. Pemilihan warna lipstik yang terpotret cenderung berwarna pink *parrel* maupun *nude* di surat kabar edisi 1999 – 2010.⁵⁴

D. Mode Kecantikan Remaja Perempuan Surabaya Yang Paling Populer

Gambar 13.



Keterangan Gambar : Salah satu tampilan (*look make up*) Natural Remaja Perempuan Surabaya.

Sumber:

radarsurabaya.jawapos.com;

Surabaya Post terbitan 21 Mei 2006.

Gambar 14



Keterangan gambar : Informasi *style beauty* natural remaja perempuan Surabaya

Sumber : Surabaya Post terbitan 5 Juli 2010

Mode kecantikan remaja perempuan Surabaya yang paling populer di era tahun 1999 – 2010, yakni *style beauty* natural. Sudah semestinya remaja identik dengan *style beauty* yang natural atau biasa disebut dengan *dadanan* dasar. *dadanan* dasar seperti penggunaan *eyeshadow* (optional) yang cenderung dengan 2 warna yaitu coklat muda dan coklat tua. warna dasarnya adalah coklat muda diseluruh kelopak mata dan warna coklat tua dibubuhkan pada garis kelopak mata. Sedangkan lipstik yang digunakan cenderung berwarna pink *parel*. Untuk menambah aksesoris agar wajah terlihat lebih segar dan cerah, area pipi dibubuhkan *blush on* dengan pilihan warna pink muda, merah kecoklatan atau *peach*. *Blush on*

⁵⁴ Surabaya Post, terbitan 13 Juli 2008, dalam rubrik “*pesona*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 13

dibubuhkan dengan kuas besar berbulu halus tepat di tulang pipi dari arah bawah ke atas.⁵⁵

Nuansa Pink juga mewarai dunia *make up* dan kecantikan remaja perempuan Surabaya di era tahun 1999 – 2010 bahkan pada era setelahnya, sebab bernuansa pink akan membuat seorang remaja tampil manis. Untuk *eyeshadow* bisa dipadukan dengan warna *pink nude* setelah itu *blush on*-nya bisa pilih warna pink muda yang dibubuhkan tipis-tipis agar tetap terlihat natural. Lipstik warna pink muda jenis *sheer* akan membuat penampilan seorang remaja terlihat lebih segar. Tampilan *make up* natural sangat relevan digunakan remaja dalam aktivitas sehari-hari.⁵⁶

Redaksi Majalah GADIS menuliskan dalam rubrik T&J cantik dengan tips sebagai berikut, “Yang paling penting dalam berdandan (berias diri) yang pertama yakni penggunaan pelembab agar kulit terhidrasi dengan baik. yang kedua yakni penggunaan bedak, pilihannya ada dua bisa bedak tabur bisa juga bedak padat. Kalau ingin lebih tahan lama, pilih bedak *two way cake* (bedak yang jadi satu dengan

foundation sekaligus). Yang penting sesuaikan dengan dengan warna kulit penggunaanya. Sesudah itu baru menggunakan *lipstick*. Seperti halnya kulit wajah, bibir pun perlu pelembab. Jadi jangan lupa bubuhkan *lipbalm* atau *lipgloss* sebelum mengenakan *lipstick*. Kalau ingin menggunakan *eyeshadow*, pertama-tama bubuhkan *eyeshadow* warna muda mislanya *cream* diseluruh kelopak mata. Setelah itu bubuhkan yang agak tua (misal coklat) diujung kelopak atau dibawah tulang mata. Baurkan dengan kuas sampai warnanya benar-benar menyatu, setelah itu bubuhkan *mascara* agar tampilan wajah semakin tajam.⁵⁷

E. Perkembangan Info Produk Kecantikan (Iklan) Dalam Rubrik *Style Beauty* Pada Majalah GADIS Tahun 1999 – 2010

Gambar 15.

Info produk (iklan) dalam rubrik *style beauty* majalah GADIS



⁵⁵Surabaya Post terbitan 5 Juli 2010, dalam rubrik “*Vogue – Berdandanlah sesuai usia*”, (Surabaya : Surabaya Post), hlm. 17

⁵⁶ *Ibid*

⁵⁷ GADIS, No. 11, Edisi 24 April – 04 Mei 2001, “dalam rubrik *tanya & jawab cantik*” *Op.Cit.*., hlm . 80.



Keterangan gambar : Berbagai iklan kosmetik dan kecantikan dalam majalah GADIS

Media cetak informasi salah satunya yakni majalah GADIS, tentunya tidak lepas dari iklan-iklan yang berkaitan dengan *style*. Selain *style fashion*, dalam majalah GADIS tidak sedikit menampilkan *style beauty*, baik berupa kosmetik, *bodycare* maupun *skincare*. Produk yang diiklankan menampilkan perempuan dengan kriteria tertentu dijadikan suatu visual maupun contoh bahwa definisi cantik seperti apa yang ditampilkan.

Perempuan dalam info produk (iklan) kecantikan dijadikan suatu alat untuk memasarkan suatu produk dengan menampilkan definisi cantik sesuai standart pasar. Dalam suatu info produk (iklan) didalamnya tentu menampilkan *headline* maupun *body text* tertentu terkait khasiat suatu produk. Info produk kecantikan (iklan) yang hadir sebagai suatu teks sosial yang merespon perubahan penting pada kondisi sosial masyarakat, kemudian mampu mengkonstruksi

suatu standart kecantikan dan mendorong masyarakat khususnya perempuan untuk menggunakan dan berpola pikir sesuai pesan yang tersirat dalam suatu iklan. Konstruksi yang dibangun oleh iklan kecantikan merupakan suatu strategi untuk memasarkan suatu produk melalui media massa salah satu nya majalah untuk dapat dijangkau oleh masyarakat secara luas.⁵⁸

. Iklan yang dihadirkan secara tidak langsung merupakan bagian dari kebudayaan (teks tertulis) yang dapat menggambarkan dan merefleksikan jejak-jejak masa lalu dimana iklan itu dibuat yaitu tahun 1999 - 2010. Melalui iklan kosmetik tersebut dapat membangkitkan berbagai sejarah gaya hidup wanita pada masa itu. Hal ini disebabkan oleh adanya kebutuhan wanita untuk berdandan dan mempercantik diri. Iklan kecantikan dapat dikatakan sebagai sebuah penawaran yang menyuguhkan sugesti untuk tampil cantik dan menarik. Agar memperjelas mengenai apa dan bagaimana iklan kosmetik yang terdapat dalam rubrik *style beauty*

⁵⁸ Khoirun Nikmah, *Perubahan Konsep Kecantikan Menurut Iklan Kosmetik Di Dalam Majalah Femina Tahun 1977 - 1995*, (Surabaya : Universitas Negeri Surabaya, 2016) , hlm. 2.

dalam majalah GADIS tahun 1999 - 2010, berikut ini akan diuraikan kategorisasi iklan kosmetik beserta contohnya meliputi 3 jenis produk kecantikan yaitu : (1) iklan kosmetik (2) iklan kecantikan perawatan wajah (3) iklan kecantikan perawatan tubuh. Berikut beberapa iklan kecantikan yang sering muncul dalam majalah GADIS di era tahun 1999 – 2010:

Produk kecantikan mulai beredar di Indonesia sejak beberapa dekade terakhir. Produk lokal yang beredar pada awal tahun 70-an menawarkan sebuah produk dengan standar kulit masyarakat Indonesia yang tidak harus putih. Produk yang termasuk yaitu Viva kosmetik, Sari Ayu dan Mustika Ratu. Produk lokal tersebut seperti membawa persepsi yang berbeda bahwa orang Indonesia dapat percaya diri dengan kulit sawo matangnya. Kulit yang sehat dan sawo matang memiliki keindahan tersendiri yang harus dijunjung tinggi. Namun seiring dengan perkembangan jaman masuknya produk kecantikan Nivea, Vaseline dan Citra standar kecantikan kembali pada wanita berkulit putih. Pada era 90-an standar kecantikan mulai bergeser kembali tetapi kali ini mengusung tema bahwa sebenarnya kualitas warna kulit masyarakat Indonesia adalah Kuning Langsat. Mereka berpikir

bahwa kulit masyarakat Indonesia yang cenderung hitam manis dan sawo matang lebih pantas dan identik dengan warna natural kuning langsat. Pergeseran makna dari kulit putih ke kuning langsat menunjukkan dekonstruksi pada warna kulit.⁵⁹

Pada era 2000'an, standart kecantikan mengenai kulit putih, cerah dan berseri mulai nampak dalam beberapa produk kosmetik yang terdapat dalam majalah GADIS, seperti nivea, bless body care, marina body care, dan citra. Tema yang diusung seringkali mengenai pentingnya merawat tubuh bagi seorang remaja perempuan. Selain itu, agar kulit tampak lebih cerah berseri, di era ini produk *teenegers* yang seringkali diiklankan dan dihadirkan dalam majalah GADIS yakni produk yang menghidrasi maupun yang melembabakan kulit, mengingat aktivitas remaja yang aktif di area yang *indoor* maupun *outdoor*. Sedangkan untuk perawatan wajah, iklan yang seringkali dihadirkan diantaranya yakni, clear & clear, Nivea cream, viva skincare, pond's dan beberapa produk *teenegers* sejenis dengan

⁵⁹ Jasmine Farahdivya Izzati, *Reinvensi pesona dari Kecantikan Wanita Nusantara*, (Surabaya : Universitas Negeri Surabaya, 2019), hlm. 4.

headline meliputi beberapa masalah wajah pada remaja diantaranya kulit berminyak, wajah kusam, kulit berjerawat akibat pubertas, dan menonjolkan produk yang ringan dan aman digunakan untuk usia remaja (*teenegers*).⁶⁰

Tak hanya berkaitan dengan perawatan kecantikan untuk tubuh dan wajah, iklan kosmetik juga mewarnai dalam majalah GADIS, seperti Red-A, rangkaian kosmetik daisy dan viva kosmetik. Make up tebal dengan memakai foundation atau alas bedak mulai digemari pada era ini. *Bold make up* yang dipengaruhi oleh budaya barat juga masuk ke dalam tren *make up* di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya teknologi, sekitar tahun 2014 muncul lah tren *make up* Korea melalui drama Korea. Sebenarnya *make up* Korea yang ada dalam drama Korea sudah ada sekitar tahun 2010-an tetapi tren *make up* tersebut lebih populer pada tahun 2014.⁶¹

Aspek yang Mengalami Perubahan terkait Representasi Rubrik Style

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Fita Yunianti (38 Tahun), di Taman Tiara enRegency, Buduran – Sidoarjo, 11 April 2021

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Fita Yunianti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 11 April 2021

Beauty Dalam Majalah GADIS Tahun 1999 - 2010 :

Tabel 2.

<p>RUBRIKASI : Dalam periode tahun 1999 – 2010, rubrik <i>style Beauty</i> mengalami perkembangan konten dalam berbagai macam jenis penamaan, seperti : Dear Ayu, Kecantikan, Dandan, T&J Cantik, dan sebagainya.</p>
<p>IKLAN : Era 70’an - 90’an : Kecantikan kulit Kuning langsung. Produk yang populer meliputi, Viva, Sari Ayu, Mustika Ratu, dan sebagainya Era 2000’an : Konstruksi Kulit Putih hadir kembali. Produk yang populer meliputi Nivea, Vaseline, Citra, Pond’s, dan sebagainya hadir dengan varian yang lebih baik dari segi kualitas dan kemasan.</p>
<p>PERUBAHAN REPRESENTASI : KOSMETIK PADA WAJAH : Bedak & Foundation : Era 90’an menghadirkan jenis bentuk bedak & <i>foundation</i> (liquid, stik, powder dan sebagainya), disusul di era 2000’an setiap produk kecantikan <i>foundation</i> / bedak mulai mengupgrade dalam berbagai jenis warna & tingkat <i>coverage</i>.</p>

Pewarna Pipi : bukan hanya dalam bentuk *powder*, di era 2000'an *blush on* hadir dalam berbagai bentuk salah satunya yakni *cream blush*.

KOSMETIK PADA MATA :

Pensil Alis : Perubahan tren alis pendek & tipis di era 90'an menuju ke bentuk alis yang cenderung tebal dan natural di era menginjak 2010, mempengaruhi produk, cara dan trik dalam penggunaan pensil alis.

Bulu Mata : Dari tahun ke tahun, Penggunaan Mascara lebih diminati oleh kalangan remaja daripada penggunaan bulu mata palsu.

Eyeshadow : Penggunaan eyeshadow bagi remaja cenderung sama dari tahun ke tahun yakni pemilihan warna pink / nude dalam aktivitas sehari-hari. Dan warna yang lebih *pigmented* dalam acara resmi.

Eyeliner : Penggunaan eyeliner hitam selalu populer di sepanjang tahun, akan tetapi di era 2000'an mulai hadir eyeliner dengan berbagai warna, salah satunya putih.

KOSMETIK PADA BIBIR :

Kehadiran berbagai jenis dan bentuk lipstik di era 2000'an seperti, lipstik stik, Lipstik tube, lipstik liquid berkuas, lip pensil, lip balm, lip gloss, lipstik krim, dan pallete lipstik.

C-- DAMPAK “RUBRIK STYLE FASHION & BEAUTY DALAM MAJALAH GADIS TERHADAP GAYA BERBUSANA & KECANTIKAN REMAJA PEREMPUAN INDONESIA KHUSUSNYA DI KOTA SURABAYA TAHUN 1999 – 2010”

A. DAMPAK TERHADAP ASPEK SOSIAL

a. Kelompok Sosial Pembaca Majalah-GADIS Berdasarkan Kelas Sosial

Seiring dengan perkembangan zaman, gaya berbusana dan kecantikan sering kali dijadikan sebagai simbolitas dan identitas sosial. Hal demikian meliputi latar belakang, usia, dan beberapa faktor lainnya. Gaya berbusana dan kecantikan merupakan wujud kebebasan berkespresi dalam menunjukkan simbolitas dan identitas diri setiap individu. Dalam mengekspresikan gaya berbusana dan kecantikan setiap perempuan tentu memiliki sudut pandang berbeda-beda dalam menyikapi dan menyesuaikan dengan lingkungan dan norma yang berlaku di masyarakat. Remaja perempuan Surabaya cenderung memilih gaya berbusana dan kecantikan yang sesuai dengan adat dalam suatu masyarakat dengan pertimbangan kenyamanan serta pemakaian *style* yang relevan dengan usianya.⁶²

⁶² Wawancara dengan Ibu Fita Yuniarti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency,

Di era tahun 90'an – 2000'an awal informasi terkait pemilihan gaya berbusana dan kecantikan masih cukup terbatas di beberapa media, seperti televisi, radio, dan media cetak baik berupa koran, tabloit maupun majalah. Sedangkan internet masih belum dapat dijangkau semudah di tahun 2010 keatas. Dari beberapa media informasi yang ada, majalah menjadi salah satu sumber informasi pemilihan gaya berbusana dan kecantikan yang menarik, sebagaimana konten dan rubrik yang dibawakannya sesuai dengan realitas kehidupan sehari-hari. Akan tetapi kehadiran majalah tidak dapat dijangkau oleh berbagai kelas sosial mengingat harga yang disuguhkan cukup *pricey*.⁶³ Sehingga peminat majalah salah satunya majalah GADIS mayoritas remaja perempuan dilingkungan sosial menengah sampai menengah keatas.⁶⁴

b. Kelompok Sosial Pembaca Majalah GADIS Berdasarkan Usia

Majalah GADIS merupakan salah satu merek majalah yang diketahui secara umum di kalangan remaja, bahkan sangat populer bagi remaja di era 90'an – 2000'an awal dengan kelompok sosial berumur di bawah 20 tahun (berikasar usia 12 – 19 tahun). Namun tidak menutup kemungkinan masih terdapat pembaca diusia berkisar 20 – 24 tahun (dewasa muda).⁶⁵ Hal demikian selaras dengan konten dan rubrik didalamnya dengan tampilan yang menarik terkait kehidupan sehari-hari seorang remaja perempuan dan beberapa bacaan informatif terkait kegiatan positif di sekolah, insiprasi gaya berpakaian, tutorial menggunakan produk kecantikan dan lain sebagainya. Akan tetapi majalah GADIS juga masih relevan dibaca oleh perempuan dewasa muda sebagai bahan bacaan ringan, informatif dan menarik. Majalah GADIS juga dapat dijadikan sumber informasi bagi perempuan dewasa muda untuk tampil lebih muda dan kekinian.⁶⁶

Buduran – Sidoarjo, 04 Mei 2021

⁶³ Wawancara dengan Ibu Fita Yuniarti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 04 Mei 2021

⁶⁴ Tim Nusa Research, *Laporan Mengenai Majalah Wanita di Indonesia*, Op.Cit ., hlm. 27

⁶⁵ Ibid., hlm. 26

⁶⁶ Wawancara dengan Ibu Fita Yuniarti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 04 Mei 2021

c. Dampak Rubrik *Style Fashion & Beauty* Dalam Majalah GADIS Terhadap Aspek Sosial

Dampak positif dengan adanya mode busana & kecantikan yang selalu berubah-ubah yaitu meningkatkan kepercayaan diri, terlihat selalu menarik, jadi lebih kreatif dan unik dalam menciptakan dan mengkreasikan busana yang dipilih dan dimilikinya (*mix & match*). Di balik keuntungan akibat modernisasi busana, juga muncul pengaruh – pengaruh negatif yang merugikan kelompok – kelompok sosial masyarakat tertentu seperti modernisasi busana yang seringkali menjadikan perilaku masyarakat yang konsumtif, penurunan kualitas moral (demoralisasi), keresahan sosial yang diakibatkan mode yang terlalu vulgar, dan meningkatnya sikap egois dan matrealis. Hubungan mode busana pada penurunan kualitas moral (demoralisme) terlihat dari pemilihan bentuk pakaian yang dipilih seperti bentuk pakaian terbuka setengah badan, mode bawahan mini dan ketat, dress dengan bahan sutra yang tipis. Hal demikian memicu dampak negatif yakni perempuan akan diperbudak oleh mode pakaian yang terbuka serta apat memancing kejahatan

seperti Pencurian, pemerkosaan, dan sebagainya.⁶⁷

d. Hubungan Antara Rubrik *Style Fashion & Beauty* Dalam Majalah GADIS Terhadap Gaya Berpakaian & Kecantikan Remaja Perempuan Di Kota Surabaya Dalam Aspek Sosial

Hubungan antara rubrik *Style Fashion & Beauty* dalam majalah GADIS terhadap gaya berpakaian & kecantikan remaja perempuan di kota Surabaya dalam aspek sosial yakni adanya perbedaan antara remaja perempuan yang *update* terkait perkembangan gaya busana dan kecantikan dengan remaja perempuan yang tidak dapat mengakses informasi terkait hal tersebut secara maksimal. Hal tersebut dapat memicu dan membentuk suatu kelompok remaja sesama *trendsetter* atau biasa disebut dengan remaja *hits* dengan kelompok remaja yang tidak mengikuti tren gaya busana dan kecantikan.⁶⁸

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Fita Yunianti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 04 Mei 2021

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Fita Yunianti (38 Tahun), di Taman Tiara Regency, Buduran – Sidoarjo, 04 Mei 2021

B. DAMPAK TERHADAP ASPEK BUDAYA

Dampak Rubrik *Style Fashion & Beauty* Dalam Majalah GADIS Terhadap Aspek Budaya :

Dampak positif dari kehadiran rubrik *style fashion & beauty* dalam majalah gadis terhadap aspek budaya yakni adanya akulturasi gaya berbusana lokal dengan paduan lebih *modern (mix & match)* yang sesuai dengan adab dalam suatu masyarakat. Sedangkan dampak negatifnya, remaja perempuan seringkali terjebak dalam budaya asing maupun *westernisasi* yang seringkali lebih merasa nyaman dan bangga dengan gaya berbusana dan kecantikan dari budaya barat maupun budaya milik negara lain.⁶⁹

Hubungan *Style Fashion & Beauty* Dalam Majalah GADIS Terhadap Gaya Berbusana Dan Kecantikan Remaja Perempuan Di Kota Surabaya Dalam Aspek Budaya :

Hubungan *style fashion & beauty* dalam majalah GADIS terhadap gaya berbusana dan kecantikan remaja perempuan di kota Surabaya dalam aspek budaya yakni memicu suatu budaya

konsumerisme seorang remaja untuk terus mengikuti tren *style fashion & beauty* yang terus berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Remaja perempuan akan cenderung membeli suatu busana maupun produk kecantikan hanya karena ingin mengikuti tren, tanpa mempertimbangkan apakah hal tersebut benar-benar dibutuhkan maupun tidak.⁷⁰ Gaya berbusana remaja perempuan, juga menjadi suatu identitas dalam membedakan perempuan yang hidup di kota dengan perempuan yang hidup di desa. Remaja perempuan di kota besar seperti di kota Surabaya cenderung lebih cepat dan dinamis dalam mengikuti tren berbusana dan kecantikan. Jenis *style* yang digunakan juga dapat menunjukkan suatu kepribadian, karakter, dan identitas diri dari seorang remaja perempuan.

C. DAMPAK TERHADAP ASPEK EKONOMI

a. Harga Jual Majalah GADIS

Sejak awal berdiri, majalah GADIS memiliki harga jual yang terus berubah dan mengalami kenaikan harga selaras dengan

⁶⁹ Wawancara dengan Raeza Yekti Aditya (29 Tahun), di Jl. KH. Ali Mas'ud, Buduran – Sidoarjo, Tanggal 17 April 2021

⁷⁰ Wawancara dengan Raeza Yekti Aditya (29 Tahun), di Jl. KH. Ali Mas'ud, Buduran – Sidoarjo, Tanggal 17 April 2021

perkembangan zaman, berikut tabel mengenai harga jual majalah GADIS sesuai temporal pada penelitian ini yakni tahun 1999 – 2010 :

No	Tahun	Harga
1.	Majalah GADIS edisi tahun 1999	Rp. 6.000,-
2.	Majalah GADIS edisi tahun 2000	Rp. 8.000,-
3.	Majalah GADIS edisi tahun 2001	Rp. 8.000,-
4.	Majalah GADIS edisi tahun 2002	Rp. 9.000,-
5.	Majalah GADIS edisi tahun 2003	Rp. 9.000,-
6.	Majalah GADIS edisi tahun 2004	Rp. 10.000,-
7.	Majalah GADIS edisi tahun 2005	Rp. 12.000,-
8.	Majalah GADIS edisi tahun 2006	Rp. 12.000,-
9.	Majalah GADIS edisi tahun 2007	Rp. 14.000,-
10.	Majalah GADIS edisi tahun 2008	Rp. 17.000,-
11.	Majalah GADIS edisi tahun 2009	Rp. 17.000,-
12.	Majalah GADIS edisi tahun 2010	Rp. 19.000,-

Tabel 3.
Harga Jual Majalah GADIS
wilayah Jawa Timur – Bali

Tarif harga yang disuguhkan oleh Majalah GADIS dapat dikatakan cukup mahal (*pricey*) bagi kalangan pelajar, sehingga

hanya sebagian remaja perempuan saja yang dapat menjangkau dengan paket langganan tiap edisi terbit. Sebagaimana remaja lainnya membeli majalah GADIS pada edisi-edisi tertentu seperti edisi tahunan, edisi event dan edisi yang menampilkan gadis sampul idolanya. Harga yang dicantumkan pada tabel dapat berubah tergantung pada edisi-edisi tertentu seperti edisi tahunan, edisi dengan hadiah dan bonus tertentu, dan lain sebagainya.⁷¹

b. Tingkat Kesadaran Perempuan Dalam Membeli Majalah GADIS

Mayoritas perempuan di era tahun 90-an - 2013 mengetahui dan pernah membaca majalah Femina dan selanjutnya majalah GADIS kemudian majalah Kartini dengan persentase masing- masing sebesar 79.0%, 77.3% dan 72.1%. Majalah GADIS menduduki peringkat kedua sebagai majalah perempuan yang paling populer di Indonesia, hal demikian selaras dengan tingkat kesadaran perempuan dalam membeli dan membaca majalah

⁷¹ Wawancara dengan bapak Syamsul (55 Tahun) di Jl. Semarang – Surabaya, Tanggal 5 Mei 2021

perempuan khususnya majalah GADIS.⁷²

c. Minat Beli Pembaca Dan Frekuensi Terbit Majalah GADIS

Majalah GADIS yang ditetrbitkan oleh PT. Gaya Favorit Press (Femina Group) merupakan majalah remaja yang diterbitkan dengan edisi pertamanya pada tahun 1973. Penjualan pada awal terbit cukup besar hingga mencapai 50.000 eksemplar selaras dengan tingginya minat pembaca pada era tersebut, hingga mengalami penjualan stabil berkisar 150.000 eksemplar diseluruh Indonesia pada era 90'an – 2000'an awal.⁷³ Pada mulanya frekuensi terbit majalah GADIS terhitung mingguan, lantas beralih ke 10 hari sekali, 2 minggu sekali, hingga berujung menjadi majalah bulanan.⁷⁴

Pada tahun 2018, ditengah berkembang pesatnya teknologi di era digital (internet) majalah GADIS tetap terbit hingga kini

dengan diawali tema tahunan di awal tahun dan dilanjutkan dengan majalah yang beredar secara tematik.

Guna menyesuaikan dengan perkembangan zaman, majalah GADIS mulai mengupgrade situs web nya dari www.Gadis-online.com menjadi www.Gadis.co.id sebagai media daringnya sejak tahun 2010. Dalam situs webnya terdapat kanal GADIS TV yang menyajikan hasil liputan redaksi GADIS. Sebagai majalah yang memiliki segmentasi remaja yang mudah sekali beradaptasi dengan teknologi dan media, majalah GADIS tetap menjangkau pembaca dari media sosial seperti instagram, facebook, youtube, twitter, official account LINE, dan ask.fm.⁷⁵

Penjelasan diatas menunjukkan, terus berkurangnya frekuensi terbit dari majalah GADIS selaras dengan eksistensi dan minat beli majalah GADIS. Diatas tahun 2015 majalah GADIS terus mengalami penurunan berkisar hanya 1.500 eksemplar di seluruh Indonesia. Sedangkan Sebelum tahun 2010, eksistensi majalah GADIS terbilang masih cukup baik dengan minat pembeli yang dapat dikatakan stabil.

⁷² Tim Nusa Research, *Laporan Mengenai Majalah Wanita di Indonesia*, Op.Cit., hlm. 25.

⁷³ Past Novel Larasaty, *"Kebijakan Redaksional Majalah Gadis dalam Membuat Konten Digital*, Op.Cit., hlm. 6

⁷⁴ Cintya Ladyana, Skripsi : *"Analisis Transformasi Digital"*, (Tangerang : Universitas Multimedia Nusantara, 2018), hlm.5

⁷⁵ *Ibid*, hlm.6

Gambar 16.
Jadwal Terbit Tematik Majalah
GADIS



*Data special offers
majalah GADIS*



*Data special events
majalah GADIS*

d. Teknik PT. Gaya Favorit Press (Femina Group) Dalam Mempromosikan Majalah GADIS

Kegiatan promosi yang ada di majalah GADIS yakni berupa berbagai macam acara, Salah satunya adalah *event Road Show* GADIS Sampul. Dimana kegiatan ini adalah kegiatan promo ke berbagai kota di Indonesia guna mencari peserta kompetisi pemilihan model GADIS Sampul. Acara ini termasuk acara spesial yang dilaksanakan setiap tahunnya.

Tugas utama dari tim promosi pada acara ini adalah menjual produk yaitu majalah GADIS, Sehingga tugas dari tim promosi adalah mempromosikan majalah, melakukan kerja sama dengan media yaitu radio, membuat adlips untuk *promo on issue*, membuat kuis, membuat spanduk – spanduk untuk setiap edisi majalah, membuat flyer untuk edisi mendatang, mencari sponsor untuk acara dan menjalin hubungan baik dengan klien.⁷⁶Menjalin hubungan dengan klien bertujuan untuk dapat melihat produk mana yang sedang *booming* dan mempersiapkan produk yang akan *launching*, sehingga tim promosi dapat mengajak klien tersebut untuk bekerja sama.

Event Road Show GADIS Sampul dilaksanakan di tujuh kota besar di Indonesia yakni Jakarta , Bandung, Surabaya, Jogjakarta, Medan, Palembang dan Makasar. Tim promosi majalah GADIS menghadiri 10 sekolah tingkat SMP dan SMA di setiap kotanya dengan estimasi waktu 1 minggu meliputi enam hari untuk *road show* di sekolah –sekolah dan satu hari untuk *event mall* pada hari Minggu.

⁷⁷

⁷⁶ Tanpa Nama, *Promosi Majalah Gadis*, (Tanpa Kota : Tanpa Penerbit, Tanpa Tahun), hlm. 39

⁷⁷ *Ibid.*

e. Dampak Majalah GADIS Terhadap Aspek Ekonomi

Dampak Bagi Pembaca : Informasi dalam majalah GADIS cukup beragam, beberapa diantaranya terdapat informasi terkait acara, pengasahan skill, maupun kontestasi ajang GADIS Sampul. Informasi tersebut tentunya membawa dampak positif dimana biaya yang dikeluarkan dapat diarahkan ke hal-hal positif terkait pengasahan skill dan bakat. Informasi terkait gaya berbusana dan kecantikan beserta info produk (iklan) yang dibawakan juga dapat membawa dampak positif jika sumber informasi tersebut diarahkan sebagai wujud kebebasan berkespresi untuk tampil lebih menarik dan percaya diri. Akan tetapi jika hal tersebut dilakukan secara berlebihan, akan memicu budaya konsumtif dan terbawa arus *fast fashion* dimana membeli suatu produk maupun barang atas dasar keinginan bukan kebutuhan.⁷⁸

Dampak Bagi Pedagang Majalah

GADIS : Pada saat eksistensi majalah GADIS sedang naik-naiknya tentu membawa keuntungan yang cukup besar bagi pedagang majalah GADIS, hal

tersebut berjalan pada era 90-an sampai 2005 menuju ke tahun 2010. Pasca tahun 2010 dengan puncak tahun 2017 penjualan majalah GADIS mengalami penurunan. Bahkan beberapa edisi tidak habis jual di bulan tersebut, sehingga harga yang ditawarkan juga mengalami penurunan. Hingga sampai saat ini, masih terdapat beberapa majalah baru dengan edisi lama yang masih terbungkus plastik dan dijual dengan harga bekas berkisar 5.000, 7.000, 10.000, hingga 15.000.⁷⁹

f. Hubungan Style Fashion & Beauty Dalam Majalah GADIS Terhadap Gaya Berbusana Dan Kecantikan Remaja Perempuan Di Kota Surabaya Dalam Aspek Ekonomi

Hubungan *style fashion & beauty* dalam majalah GADIS terhadap gaya berbusana dan kecantikan remaja perempuan di kota Surabaya dalam aspek ekonomi yakni munculnya perilaku masyarakat yang konsumtif identik dengan hobi para perempuan yaitu berbelanja. Hobi ini dilakukan untuk membeli barang-barang kesukaan utamanya pakaian dan produk kecantikan untuk melengkapi kebutuhan dalam

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Emi Sugiati (40 Tahun), di Jl. Mbah Ukir, Buduran – Sidoarjo, Tanggal 10 April 2021

⁷⁹ Wawancara dengan bapak Syamsul (55 Tahun) di Jl. Semarang – Surabaya, Tanggal 5 Mei 2021

bergaya. Dengan terpenuhinya kebutuhan untuk tampil menarik maka semakin menaingkat pula rasa percaya diri dalam seorang perempuan khususnya remaja. Sejauh ini, majalah GADIS masih mengedepankan *fashion & beauty* artifisial sebagai daya tarik perempuan yang ditampilkan oleh rubrik, iklan maupun pernyataan tokoh atau visual dalam majalah. Gaya hidup konsumtif masih menonjol pada majalah GADIS yang dapat dilihat dari cara mempromosikan suatu barang maupun jasa yang mendorong pembaca untuk membeli produk tertentu sebagai bagaian dari remaja perempuan dengan gaya hidup modern dan kekinian khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya.⁸⁰

D. MAJALAH GADIS SEBAGAI MEDIA EDUKATIF BAGI REMAJA PEREMPUAN SURABAYA

Ditilik dari sejarah munculnya majalah perempuan, didalamnya tentu memiliki fungsi sosial - edukasi sebagai media untuk meyebarakan gagasan perempuan, mengusahakan kemajuan

perempuan, memperluas wawasan dan mengehendaki ketidakadilan dalam keluarga dan masyarakat. Selain itu, fungsi media cetak berupa majalah sebagai sarana transmisi budaya dan edukasi, yang dapat mempengaruhi cara pandang dan konstruksi pribadi terkait perempuan.

Majalah GADIS hadir sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan informasi bagi Remaja perempuan untuk lebih aktif, kreatif dan berpikir kritis dalam memperoleh suatu informasi. Terdapat banyak rubrik yang mengedukasi guna memperluas wawasan dan pergaulannya. Para pembaca majalah GADIS didominasi oleh remaja perempuan yang tinggal di suatu perkotaan seperti Surabaya, Bandung dan Jabotabek. Pergeseran *style* remaja perempuan dari tahun ke tahun yang sudah penulis kaji pada pembahasan sebelumnya memperlihatkan bahwa remaja perempuan di kota Surabaya terus bergeser dan bergerak untuk selalu mengikuti perkembangan zaman. Atribut-atribut yang ada pada rubrik *style fashion & beauty* merupakan tanda dan pernyataan mengenai representasi yang menjadikan simbol dari citra seorang remaja perempuan.

Gaya hidup yang aktif-kreatif sudah mulai disajikan. Majalah GADIS sebagai suatu media yang

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Emi Sugiati (40 Tahun), di Jl. Mbah Ukir, Buduran – Sidoarjo, Tanggal 10 April 2021

mewakili dan menyuarakan kepentingan remaja perempuan, bukan hanya sekedar menjadi bacaan hiburan, akan tetapi juga menjadi bacaan yang memacu remaja perempuan untuk mengenali potensi diri dengan baik dan mampu bersikap kritis. Sebagai salah satu majalah remaja perempuan yang sedang naik daun di era 90'an – 2000'an, Majalah GADIS mempunyai peluang dan kesempatan yang luas untuk menularkan dan mencerdaskan melalui tulisan – tulisan yang dimuat.

E. KONTRIBUSI MAJALAH GADIS PADA KEPENTINGAN REMAJA PEREMPUAN DI MASA MENDATANG

Sebagaimana dikemukakan Myra Sidharta, bahwa majalah perempuan mempunyai potensi yang besar dan memiliki tugas yang besar pula untuk memperjuangkan kepentingan perempuan. Tugas- tugas itu meliputi:

(+) Mengubah gaya hidup konsumtif menjadi gaya hidup aktif-kreatif;

(+) Meningkatkan selera pembaca, dari bahan bacaan penghibur dan sensasional provokatif menjadi bahan bacaan berpikir dan berarti;

(+) Mendidik kaum perempuan menjadi wanita yang mengetahui hak-hak dan batas-batas kewajibannya di dunia yang didominasi oleh kaum pria;

(+)Mendidik kaum perempuan untuk menghadapi tugas-tugas dan masalah-masalah di kemudian hari, karena jurang generasi yang terjadi dewasa ini, adalah kurangnya persiapan generasi tua untuk menghadapi generasi muda;

(+)Membantu para ibu untuk mempersiapkan putra-putri mereka untuk menghadapi masalah-masalah mereka di masa datang.⁸¹

Perkembangan zaman membawa Majalah GADIS ke arah *E-magz* (majalah elektronik) beserta kaitannya dengan kekayaan konten, GADIS memuat lebih banyak rubrik dan informasi melalui website resminya. Sebanyak delapan rubrik yang kini sudah online dan dapat diakses langsung oleh para pembaca baik dari PC maupun gawai. Rubrik tersebut meliputi *Gaya, Gaul, Gossip, School Zone, Seru, My*

⁸¹ Liliek Budiastuti & Mochamad Gifari, *Representasi Perempuan Dalam Majalah Wanita*, dalam jurnal studi gender dan anak "Yin Yang", Vol. 3, No. 1, Jan-Jun 2008, hlm. 7.

Page , *Event* , dan *Video*. Topik yang diluncurkan oleh GADIS selalu berkisar kehidupan, keseharian dan kabar-kabar yang relevan dengan para remaja perempuan Indonesia.⁸²

Dari delapan rubrik yang bisa diakses oleh para pembaca, semua segmen menyediakan sarana interaksi antara pembaca dan pihak GADIS Online maupun sesama pembaca. Dari fasilitas ini , GADIS menyediakan wadah untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam bagian *comment* atau komentar yang bisa diikuti oleh siapapun yang terdaftar sebagai member di GADIS Online.⁸³

Menurut pernyataan Wakil Pimpinan Redaksi GADIS (Andia) alasan diluncurkannya GADIS Online adalah untuk mengikuti dan terus bersaing dalam dunia yang kini serba online. Mengingat target pembaca mereka adalah remaja yang kini mobilitasnya tinggi dan sangat berat pemakaian gawai dalam keseharian mereka, maka terpikirlah oleh GADIS untuk tetap berada dalam ‘genggaman’ para remaja dengan konten yang biasanya mereka muat di media cetak. Adapun perbedaan yang

terdapat dalam dua platform antara GADIS Online dan versi cetak adalah pada kedalaman konten dan kebaruannya. Meskipun topik bahasan mereka sama antara versi cetak dan online, namun GADIS membagi segmentasi jenis konten dari kedalaman dan kebaruannya. Dalam versi cetak, misalnya GADIS dapat memuat liputan konser seorang artis lebih dalam, sedangkan dalam versi digital, GADIS hanya melakukan update secara berkala tentang informasi ringan atau yang bersifat trivia.⁸⁴

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasannya majalah GADIS memiliki kontribusi yang cukup besar di era tahun 1999 – 2010 sebagai salah satu media informasi yang mampu mengedukasi remaja perempuan dengan konten yang dibawakannya. Akan tetapi, media cetak berupa majalah akan berkurang eksistensinya di masa yang akan datang, mengingat era digital dianggap lebih mudah dan efisien dalam menjangkau informasi dari internet. Sehingga kehadiran GADIS *E-Magz* diharapkan dapat dioptimalkan kualitas rubrik dan kontennya agar tetap selaras dengan visinya yakni “*mencerdaskan remaja perempuan Indonesia dan menjadi sahabat*

⁸² Past Novel Larasaty, “*Kebijakan Redaksional Majalah Gadis dalam Membuat Konten Digital*”, *Op.Cit.*, hlm. 6

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ *Ibid.*

yang paling mengerti kebutuhan remaja perempuan Indonesia.”

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian tentang “Adibusana dan Kecantikan Remaja Perempuan Surabaya Tahun 1999 – 2010 sebagai Representasi Rubrik Style Fashion & Beauty dalam Majalah GADIS” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa wujud representasi *style fashion* dalam majalah GADIS terhadap remaja perempuan Surabaya secara garis besar meliputi busana dengan jenis *T-shirt*, kemeja, kulot, *blezzer*, *dress*, denim, dan *style casual ready to wear*. Tema yang dihadirkan sesuai dengan tema remaja yang cenderung aktif, ceria dan dinamis. Beberapa busana dihadirkan dengan berbagai macam jenis motif dengan perpaduan warna neon, pastel dan beberapa warna primer yang di *mix & match* dengan tampilan modern maupun *vintage*. Dalam aktivitas sehari-hari remaja perempuan Surabaya cenderung menggunakan busana *ready to wear (casual)* yang memiliki bahan ringan serta sesuai dengan cuaca kota surabaya yang

cenderung bersuhu udara tinggi. Sedangkan *style beauty* yang representasikan meliputi gaya kecantikan dengan dandanan dasar dan natural agar tampilan yang dihasilkan relevan dengan usianya. Seperti penggunaan *complexion* wajah yang ringan meliputi pelembab dan bedak, *eyeshadow* dan *blush on* bernuansa pink maupun *nude* serta kosmetik lipstick yang disesuaikan dengan aktivitas dan kebutuhannya.

Dalam Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwasannya majalah GADIS sebagai suatu media yang mewakili dan menyuarakan kepentingan remaja perempuan, bukan hanya sekedar menjadi bacaan hiburan, akan tetapi juga menjadi bacaan edukatif yang memicu remaja perempuan untuk mengenali potensi diri dan mampu bersikap kritis. Pergeseran gaya berbusana dan kecantikan remaja perempuan Surabaya dari tahun ke tahun memperlihatkan bahwa remaja perempuan di kota Surabaya terus bergeser dan bergerak untuk selalu mengikuti perkembangan zaman. Atribut-atribut yang ada pada rubrik *style fashion & beauty* dalam majalah GADIS merupakan suatu tanda dan pernyataan mengenai representasi dan simbol dari citra seorang remaja perempuan salah

satunya di kota Surabaya yang selalu bergerak secara dinamis.

B. Saran

(+) Untuk mahasiswa SI – Pendidikan sejarah Universitas negeri Surabaya, penelitian ini dapat dijadikan acuan apabila suatu saat ada yang meneliti topik terkait majalah perempuan, *style* perempuan dan khususnya terkait majalah GADIS.

(+) Untuk Khalayak, penelitian ini dapat dijadikan sumber bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

(+) Dengan terbatasnya lingkup penelitian, dan sumber yang didapat, penelitian mengenai “*Adibusana dan Kecantikan Remaja Perempuan Surabaya Tahun 1999 – 2010 sebagai Representasi Rubrik Style Fashion & Beauty dalam Majalah GADIS*” ini masih memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, penelitian lanjutan terkait topik ini sangat dibutuhkan. Dengan adanya penelitian lanjutan, diharapkan menghasilkan penelitian dengan konsepsi yang lebih matang

DAFTAR PUSTAKA

A. MAJALAH :

GADIS edisi :

30 Maret – 8 April 1999.

No. 30 / XXVII, 10 – 20 November 2000.

No. 11 / XXVIII, 24 April – 04 Mei 2001

No.33 / XXIX, 11 - 27 Desember 2001

No. 08 / XXX, 22 Maret – 01 April 2002

No. 18 / XXX, 4 – 14 Juli 2003

No. 25 / XXX, 16 – 25 Desember 2003

No. 10 / XXXII, 11 – 20 April 2005

No. 27 / XXXII, 7 – 15 Oktober 2005

Edisi Tahunan 2006 “ *Maximize your look*”

No. 01 / XXXIII, 10 – 19 Januari 2006

No.23 / XXXIII, 29 Agustus – 7 Sept 2006

No. 06 /XXXIV, 2 – 12 Maret 2007

No.12 / XXXV, 29 April 8 Mei 2008

No. 27 / XXXVI, 13 – 22 Oktober 2009

No. 19 / XXXVII, 13 – 22 Juli 2010

B. SURAT KABAR (KORAN)

Surabaya Post Terbitan :

Surabaya Post terbitan 5 Desember 1999

Surabaya Post terbitan 26 Desember 1999

Surabaya Post terbitan 1 Juli 2000

Surabaya Post terbitan 30 Juli 2000

Surabaya Post (Ti-Amo) No. 23 terbitan 16 – 23 Juni 2001

Surabaya Post terbitan 1 Juni 2003

Surabaya Post terbitan 15 Juni 2003

Surabaya Post terbitan 6 Juni 2004

Surabaya Post terbitan 13 Juni 2004

Surabaya Post terbitan 20 Juni 2004

Surabaya Post terbitan 3 Juli 2005

Surabaya Post terbitan 24 Juli 2005
Surabaya Post terbitan 31 Juli 2005
Surabaya Post terbitan 13 Mei 2006
Surabaya Post terbitan 21 Mei 2006
Surabaya Post terbitan 28 Mei 2006
Surabaya Post terbitan 8 Juli 2007
Surabaya Post terbitan 6 Juli 2008
Surabaya Post terbitan 13 Juli 2008
Surabaya Post terbitan 20 Juli 2008
Surabaya Post terbitan 26 juli 2009
Surabaya Post terbitan 5 uli 2010

C. BUKU :

Abdurahman Dudung. 2007. *Metode Penelitian Sejarah*. Yogyakarta : Ar- Ruzz Media.
Depdikbud. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Depdikbud.
Kartodirjo, Sartono. 2016. *Pendekatan Ilmu Sosial Dalam Metodologi Sejarah*. Yogyakarta : Ombak.
Kasdi, Aminudin. 2005. *Memahami Sejarah*. Surabaya : University Press.
Koentjaraningrat. 1977. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta : Gramedia.
Sjamsuddin, H. 2007. *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta : Ombak.
Zaman, Moh. Alim. 2002. *100 Tahun Mode di Indonesia*. Jakarta : Meutia Cipta Sarana.

D. JURNAL :

Citrawati, Chika. Tanpa Tahun. *Sumber-sumber Informasi Remaja Perempuan di Surabaya Dalam Peniruan*

Cara Berpakaian. Tanpa Kota : Tanpa Penerbit.
Izzati, Jasmine Farahdivya. 2019. *Reinvensi Pesona Visual dari Kecantikan wanita Nusantara*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
Larasaty, Past N. 2016. *Kebijakan Redaksional Majalah Gadis dalam membuat Konten Digital*. Tangerang : Universitas Multimedia Nusantara.
Nikmah, Khoirun. 2016. *Perubahan Konsep Kecantikan Menurut Iklan Kosmetik dalam Majalah Femina Tahun 1977 – 1995*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
Rizam, Masyithah maghfirah. Tanpa tahun. *Perempuan Cantik Dalam Rubrik Gaya-Cantik Majalah Gadis Online : Kajian Wacana kritis Michel Foucault*. Madura : STAIN Pameksan.
Selviana, Yolanda, dkk. *YoL Make Up Courses (Perencanaan Pendirian Jasa Kursus Make Up)*, dalam jurnal STIE Multi Data Palembang
Wiratmo, Liliek Budiastuti & M. Gifari. 2008. *Representasi Perempuan dalam Majalah Wanita*. Purwokerto : Yinyang (Jurnal studi gender dan anak)

E. SKRIPSI :

Ladyana, Cintya. 2018. *Analisis Transformasi Digital majalah gadis..* Tangerang :

- Universitas Multimedia
Nusantara.
- Larasati, Paramita Putri. 2010. *Kesenjangan Kepuasan Pembaca Majalah Wanita Remaja*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Nurani, Irma. 2016. *Peranan Majalah Cupumanik Dalam Mengembangkan Bahasa Sunda Tahun 2003 – 2013*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Umma, Wardhatul. 2016. *Mode Pakaian Wanita Di Surabaya Tahun 1970 – 1990*. Surabaya : Universitas Airlangga.

F. TESIS :

- Ibtisam, Fatimah. 2012. *Analisa Majalah remaja yang Mengalami Perluasan Digital Media*. Jakarta : Univeritas Indonesia.

G. LAPORAN :

- Tim Nusa Research. 2013. *Laporan Mengenai Majalah Wanita di Indonesia*. Jakarta : PT Nusa Research.
- Tanpa Nama. Tanpa tahun. *Data Distribusi Majalah GADIS & Promosi Majalah GADIS*. Tanpa Kota : Tanpa Penerbit.

H. NARASUMBER :

1. Nama : Emi Sugiat
Umur : 40 Tahun
Status : IPembaca Majalah GADIS Tahun era 90-an

Alamat : Jl. Mbah Ukir, Ds. Siwalan Panji, Buduran – Sidoarjo

2. Nama : Fita Yunianti
Umur : 38 Tahun
Status : Pembaca Majalah GADIS Tahun era 2000’an awal
Alamat : Taman Tiara Regency, Buduran - Sidoarjo

3. Nama : Raeza Yekti Aditya
Umur : 29 tahun
Status : Pembaca Majalah GADIS Tahun 2006 - 2010
Alamat : Ds. Pagerwojo, Buduran - Sidoarjo

4. Nama : Syamsul
Umur : 55 tahun
Status : Pedagang buku & Majalah di Jl. Semarang - Surabaya
Alamat : Surabaya

I. SUMBER INTERNET:

Intan Kemala Sari. “Asal Usul Foundation, Dulunya Terbuat dari Timbal Beracun”. www.kumparan.com, (diakses pada 13 April 2021, pukul 14.36)

Anisa Rizki. Begini, “Evolusi Alis Wanita Sepanjang Sejarah”, www.idntimes.com, (diakses pada 13 April 2021, pukul 14.43)

Pro Beauty Care. “Beauty History : Sejarah Eyeshadow yang Wajib Kamu Tahu!”. www.probeauty.com

(Diakses pada 13 April 2021, Pukul 14.45)

LAMPIRAN :

Salah Satu cuplikan Majalah GADIS *Road Show to* Surabaya dan antusias para remaja terkait kompetisi GADIS Sampul (Salah satu pengaruh majalah GADIS terhadap *style* remaja perempuan Surabaya) :



Keterangan Gambar : Visual (GADIS SAMPUL) tahun 1999 – 2010

Sumber : <https://youtu.be/84nYWyZH04k>,
https://youtu.be/B_REwBw7g8s