



Jurnal Ilmu Komunikasi
ULTIMACOMM

Vol 8, No. 1

ISSN: 2085 - 4609 (Print), e- ISSN 2549-4007

Journal homepage: <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM>



Kebijakan Redasional *Majalah Gadis* dalam Membuat Konten Digital

Past Novel Larasaty

To cite this article:

Larasaty, Past N. (2016). Kebijakan Redaksional Majalah Gadis dalam Membuat Konten Digital. *Jurnal UltimaComm*, 8(1), 61-75

 Submit your article to this journal 

Published in Partnership with



Full Terms & Conditions of access and use can be found at
<http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>

Kebijakan Redaksional *Majalah Gadis* dalam Membuat Konten Digital

Past Novel Larasaty

STIKOM London School of Public Relations

Email: past.nl@lspr.edu

ABSTRAK

Perkembangan media massa turut mengikuti perkembangan teknologi di mana kini internet mempermudah segala akses informasi, baik penerimaan maupun penyebarannya. Majalah adalah salah satu media massa yang kini juga memanfaatkan perkembangan teknologi dan internet dalam bentuk digital atau daring. Kelebihan penggunaan internet dalam mengakses media massa adalah kemudahan, interaktivitas, dan mengurangi biaya produksi dan distribusi. Di samping kelebihanannya, terdapat juga beberapa risiko dan efek samping dari popularitas media massa dalam bentuk digital atau daring. *Majalah GADIS*, salah satu majalah remaja Indonesia yang telah terbit sejak 35 tahun lalu, turut meramaikan dunia daring dengan menerbitkan versi online majalahnya. Peneliti mewawancarai pihak redaksi *Majalah Gadis* dan menganalisis konten digital *Majalah Gadis*. Mengambil fokus sudut pandang redaksional, penelitian ini menganalisis langkah-langkah dan pertimbangan apa yang direncanakan oleh media ini. Temuan ini diharapkan dapat menguak sudut pandang redaksi *Majalah GADIS* dalam mengantisipasi dan menyikapi risiko penggunaan teknologi, terutama majalah digital dan daring.

Kata kunci: media massa, majalah, online, media digital

ABSTRACT

Mass media evolves along with the technological advancement, in which the internet enables better access of information, both the reception and the distribution of information. Magazine is one of the mass media that also benefitted from the technology development and internet connection, as it can produce online or digital version. The internet offers easier access to mass media, interactivity, and reduction in the cost of production and distribution. However, there are also some risks and side effects of the popularity of online mass media. GADIS magazine, founded 35 years ago, also publishes digital or online version. This research analyzes the digital content of GADIS magazine and interviewed

the editors of the magazine. From the point of view of the editorial department, this research analyzes the steps and considerations of the magazine in publishing its digital content. The result is expected to reveal the views of the magazine's editorial department in anticipating and responding to the risk of technological use, mainly for the digital or online magazine.

Keywords: mass media, magazine, online, digital media

PENDAHULUAN

Majalah, sebagai bentuk dari media massa yang menggunakan kertas dan sirkulasi percetakan, kini menambah platform dengan versi online. Dalam penelitiannya, Silva (2011) menyimpulkan bahwa majalah digital memiliki kelebihan bagi pembaca, yaitu lebih mudah diakses, lebih menarik tampilannya, lebih interaktif dan praktis. Sedangkan bagi pihak media, keuntungan dari penggunaan versi digital dari majalah adalah meningkatnya prospek bisnis dan kreativitas iklan, menjangkau lebih banyak pembaca, serta menghemat biaya produksi dan biaya distribusi (Silva, 2011). Di Indonesia, terdapat lebih dari 30 majalah versi digital yang sudah online dan bisa diakses oleh masyarakat luas, tidak hanya di Jakarta atau dalam negeri, namun juga di seluruh dunia.

Majalah GADIS adalah salah satu majalah remaja lokal Indonesia yang kini juga menggunakan fasilitas online di internet dengan menerbitkan versi digital dari majalah mereka, *GADIS Online*. Sebagai majalah remaja wanita yang telah terbit lebih dari 35 tahun, ini adalah inovasi yang dilakukan *Majalah GADIS* dalam mempertahankan *readership* mereka dengan cara berinteraksi melalui versi digitalnya. Dalam *paper* ini, hal yang ingin diteliti adalah bagaimana *Majalah GADIS* menyikapi pergeseran pilihan platform membaca pada remaja yang menjadi target pembaca mereka melalui majalah digital atau versi *online*.

Dalam kiprahnya sebagai majalah remaja putri yang telah lama terbit di Indonesia, *GADIS* sebagai media massa memiliki *agenda setting*, fungsi dan peran yang disesuaikan oleh redaksi untuk para pembaca dan pasar sasaran mereka. Mengingat antusiasme pembaca media di era digital ini sudah meningkat dibanding beberapa dekade ke belakang, tentunya versi *online Majalah GADIS* disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan minat baca publiknya. Di balik pertimbangan dan pembuatan konten digital *Majalah GADIS*, terdapat pula beberapa risiko yang dapat terjadi pada pembaca, terutama remaja putri. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana pertimbangan *GADIS* dalam menentukan, memuat, mendistribusikan serta memonitor informasi

kepada khalayak serta pada akhirnya mempertimbangkan risiko-risiko yang ditimbulkan oleh konten mereka.

TINJAUAN TEORI

Stempel et al (2000) menyebutkan bahwa redaksi suatu media massa diharuskan memprediksi dan memahami apa yang ingin dilihat dan dibaca oleh *audience* mereka sebelum menentukan konten. Beberapa media masa cetak bahkan melakukan penelitian internal untuk mengetahui apa yang menjadi tren di kalangan para pembaca sasaran mereka untuk kemudian menyesuaikan isi dari media yang akan mereka cetak. Meskipun hasil penelitian ini tidak banyak dipublikasikan, namun hasilnya tetap dapat terlihat dari bagaimana media cetak tetap menarik untuk dikonsumsi oleh publik, yaitu karena isinya sesuai dengan minat dan ketertarikan *audience* mereka.

Meski media konvensional masih bertahan, media digital memiliki keunggulan dan karakternya sendiri. Teori *Uses and Gratification* (Baran & Davis, 2000) menjelaskan tentang otoritas dan pilihan masyarakat dalam mengonsumsi berita dan media sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan mereka butuhkan. Ini menggambarkan bagaimana media massa pada era ini justru banyak mengikuti apa yang publik mau dengar dan lihat. Program atau isi media kini bukan lagi mengarahkan masyarakat untuk mengikuti apa yang media ingin perlihatkan, namun justru mempertimbangkan apa yang ingin dilihat masyarakat sebelum mereka membuat konten. Maka dari itu, anggapan bahwa media yang mengendalikan ketertarikan masyarakat tidak lagi sepenuhnya benar karena saat ini publik memiliki kekuatan untuk 'memaksa' media massa menampilkan apa yang mereka suka dan inginkan. Dengan demikian, media massa harus menerapkan strategi dan langkah baru guna mempertahankan *readership* dan pasar mereka. Media massa dapat menampilkan konten yang sedang populer atau digemari di saat tertentu sehingga minat publik tetap tertuju pada konten media tersebut.

Hal ini berhubungan erat dengan argumen dari Hobbs (1996) bahwa masyarakat saat ini tengah mempraktikkan literasi media; sebuah proses memahami, memilah dan mengkritisi apa yang mereka lihat di media massa. Literasi media sedikit banyak sudah disadari masyarakat, di mana saat membaca suatu kabar atau informasi yang menarik minat mereka, masyarakat akan mencoba mencari konfirmasi dengan silang cek informasi dari sumber lain. Proses literasi media meliputi pemahaman sumber, mengakses informasi, menganalisis secara kritis pesan yang didapat, menyeleksi informasi, menginterpretasi dan kemudian menciptakan pesan melalui alat media (Hobbs, 1996, Livingstone, 2004). Literasi media juga mengilustrasikan bagaimana pembaca dan konsumen media

mengolah atau memproses apa yang mereka dapatkan dari media, baik dari segi mengecek keabsahan suatu kabar, mengumpulkan banyak referensi tentang topik tertentu dari banyak media, hingga bertindak suatu hal akibat dari kekayaan informasi yang ia terima (aspek konatif).

Berdasarkan studi komparatif yang dilakukan oleh Staksrud, Livingstone, Haddon, & Ólafsson (2009), terdapat tiga risiko yang berkaitan dengan media massa digital; *content risk* (risiko konten), *contact risk* (risiko kontak), dan *conduct risk* (risiko sikap). Risiko konten meliputi isi dari media digital tersebut, termasuk yang provokatif, berisikan SARA dan kekerasan. Risiko kontak meliputi terjadinya aksi interaksi antara sesama pengguna dalam media digital, termasuk pengejekkan dan kekerasan secara verbal, menguntit dan melanggar privasi. Risiko sikap adalah kebohongan massal, informasi palsu atau hoaks, pembajakan, dan pengunduhan ilegal. Ketiga risiko ini dapat terjadi di media massa, terutama dalam bentuk digital, baik karena dari kelalaian pihak media maupun aksi dan reaksi dari para pengonsumsi media. Pada dasarnya risiko ini dapat terjadi juga pada media masa cetak, namun dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah dalam kasus media online.

METODE PENELITIAN

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik media massa yang telah beralih menjadi media digital mempertimbangkan risiko-risiko yang disebutkan oleh Staksrud, Livingstone, Haddon, & Ólafsson (2009). Untuk mendapatkan sudut pandang media massa, Andia, sebagai Wakil Redaktur Pelaksana *GADIS*, dan Marissa selaku Ketua Pelaksana *GADIS Online* dan Komunitas, memberikan penjelasan terkait fokus penelitian tersebut sebagai sumber data primer. Keterangan dari wawancara dengan pihak internal *GADIS* dikonfirmasi kepada pembaca *GADIS Online* yaitu Shahfiera dan Nat sebagai sumber data primer lainnya. Untuk mengonfirmasi dan klarifikasi, digunakan juga data sekunder dalam penelitian yang didapat dari studi literatur, *Majalah GADIS* dan *GADIS* versi *online*. Wawancara dengan para narasumber dilakukan sebanyak dua kali, sejak Juli hingga Agustus 2015, untuk kemudian diolah data dan analisisnya selama kurang lebih satu bulan. Untuk mengolah hasil wawancara, digunakan teori dan konsep media massa dan literasi sebagai alat analisis.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Sekilas tentang *Majalah GADIS* dan *GADIS Online*

Berdiri pada 1973, *Majalah GADIS* adalah salah satu anak grup Femina, yaitu perusahaan media masa di Indonesia yang memiliki fokus pada gaya hidup baik untuk target pembaca remaja hingga orang tua. Pada masanya, *GADIS* menjadi majalah remaja wanita paling populer yang terkenal dengan ajang tahunannya yang disebut *GADIS Sampul*. Hingga kini, sebanyak 1500 eksemplar setiap edisi dicetak dan didistribusikan ke seluruh Indonesia. Dengan target pembaca umur 13-17 tahun, *GADIS* menempatkan posisi sebagai majalah yang tingkat pembacanya tinggi sehubungan dengan frekuensi terbit dua minggu sekali. Dengan segmen pasar yang merupakan remaja putri SMP hingga SMA, *GADIS* menyusun berbagai rubrik relevan di majalahnya seperti gaya hidup, gaya berpakaian, tips sekolah, serta artikel mengenai informasi dunia hiburan.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat dan modern, *GADIS* kini merambah dunia digital atau *online* (daring) dengan menghadirkan versi online dari majalah cetak mereka. Edisi *online GADIS* diluncurkan pertama kali pada 1999 di situs awal www.GADIS-online.com. Alamat situsnya kemudian berubah menjadi www.GADIS.co.id. Selain versi online dari majalahnya, *GADIS* juga mengaktifkan berbagai akun di media sosial guna menjangkau pembaca mereka agar lebih mudah mengakses dan selalu memberikan informasi terbaru dengan lebih cepat dibanding versi cetak. Media sosial seperti Twitter, Facebook, Pinterest, Instagram, Magma, Ask.fm, Periscope, LINE dan Google+ merupakan beberapa platform yang digunakan oleh *GADIS*. Dalam kaitannya dengan kekayaan konten, *GADIS* memuat lebih banyak rubrik dan informasi melalui *website* mereka. Sebanyak delapan rubrik yang kini sudah *online* dan dapat diakses langsung oleh para pembaca baik dari PC maupun gawai; *Gaya*, *Gaul*, *Gossip*, *School Zone*, *Seru*, *My Page*, *Event*, dan *Video*. Topik yang diluncurkan oleh *GADIS* selalu berkisar kehidupan, keseharian dan kabar-kabar yang relevan dengan para remaja putri Indonesia.

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*.

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.

Karakteristik dan Kebijakan *GADIS Online*

Karakter pembaca *GADIS*, selain dari yang disebutkan di *website* mereka (13-17 tahun) juga terbagi menjadi dua kategori, yaitu yang membaca versi *online* dan yang mengonsumsi atau berlangganan majalah cetak. Marissa, selaku Ketua Pelaksana *GADIS Online* dan Komunitas, menyebutkan bahwa pada dasarnya yang membeli majalah cetak mereka adalah remaja yang cenderung belum terlalu akrab dengan internet atau gawai, yaitu mereka yang tinggal di kota-kota kecil. Mengingat bahwa pembaca tidak selalu mengikuti atau mengonsumsi ketiga platform tersebut, *GADIS* selalu menyeleksi informasi mana yang lebih bertahan lama atau bersifat mendalam untuk ditampilkan dalam versi cetak. Dengan demikian, konten untuk versi *online GADIS* tentunya lebih sering diperbaharui, tidak sedalam versi cetak, dan dapat dijangkau oleh para pembaca yang memiliki gawai dan koneksi internet yang memadai.

Platform media sosial *GADIS* merupakan forum dan kawasan terbuka untuk siapa saja mengakses dan menerima informasi yang mereka hadirkan. Beberapa platform bahkan tidak mengharuskan seseorang untuk memiliki akun di platform tertentu untuk dapat melihat lini masa atau berita dari *GADIS*. Selain dari media sosial, *GADIS* juga memiliki sebuah akun resmi pada layanan *messenger* asal Jepang, LINE, di mana *GADIS* memberikan kabar atau kegiatan secara berkala atau berinteraksi secara bertema dengan para pembacanya yang berteman dengan akun ini. Twitter dan Facebook, misalnya, dapat diakses oleh siapapun yang ingin melihat halaman *GADIS*, termasuk berita atau gambar yang mereka publikasikan. Untuk dapat mengakses informasi yang ada di dalam *GADIS Online*, siapapun hanya membutuhkan gawai dan koneksi internet. Sedangkan untuk menjadi bagian dan berpartisipasi dalam diskusi online atau forum, seseorang harus membuat akun terlebih dahulu dengan cara mendaftarkan diri mereka dan memasukkan data supaya terekam oleh *GADIS*.

Diwajibkan pembaca mendaftarkan diri sebelum bergabung memberikan komentar atau pendapat, memungkinkan *GADIS Online* hanya bisa memuat tulisan atau umpan balik dari orang-orang yang sudah terdaftar di data *GADIS*. Selain dari yang terdaftar, maka para pembaca hanya bisa mengakses informasi secara searah dan pasif. Andia, Wakil Pimpinan Redaksi *GADIS* juga memperkuat dengan menyatakan bahwa “dengan gitu kita bisa monitor dan *marking* mana nih *user* yang aktif dan sering komen”. Ini berarti redaksi *GADIS* memiliki catatan sendiri tentang para pembaca yang sudah mereka data. *GADIS* juga secara rutin mengawasi dan menyaring komentar yang masuk guna memastikan isinya relevan, interaktif dan tidak provokatif.

Gambar 1.
Tab Home *GADIS Online*



Menurut pengakuan dari wakil pimpinan redaksi *GADIS*, ada pula beberapa gambar dan informasi yang memang disediakan untuk diunduh oleh para pembaca (misalnya *wallpaper*, foto dan artikel) dan ada pula yang tidak dalam format yang bisa diunduh. Keterbatasan ini tidak membuat kebebasan pengambilan konten di *GADIS Online* menjadi terbatas pula. Redaksi *GADIS* menyadari bahwa apapun yang sudah dipublikasikan di jejaring dunia maya selalu memiliki risiko untuk diunduh atau bahkan disalahgunakan. Andia juga mengakui, beberapa waktu lalu ada beberapa nama yang melaporkan pada *GADIS* mengenai pelanggaran privasi karena *GADIS* memuat foto mereka di website. Konflik tersebut terselesaikan dengan penarikan foto tersebut dari jejaring dan masalah dapat selesai secara kekeluargaan. Selebihnya, menurut laporan dari hasil pengawasan dan riset, belum ada pelanggaran mengenai pengambilan konten yang secara fatal dilakukan oleh para pengakses *GADIS Online*.

Interaktivitas dan Kebebasan Berpendapat Di Media *Online*

Belakangan ini media dan internet menjadi sinkron dan masyarakat banyak berpikir bahwa dengan adanya kebebasan akses internet dan berpendapat, jurnalisme turut menjadi bebas di mana semua orang bisa menulis dan menampilkan apapun yang mereka pikirkan dan dengan bebas juga menyampaikan pendapat mereka tanpa saringan. Hal tersebut salah menurut McChesney (2005) yang berargumen bahwa dengan majunya perkembangan teknologi dan bebasnya akses berpendapat di media, justru perusahaan

teknologi dan media harus lebih keras bekerja menilai mana yang seharusnya bisa ditampilkan dan dikonsumsi orang banyak.

Berkembangnya *citizen journalism* (jurnalisme warga) membuat semua orang bebas menyampaikan pendapat dan saling memberikan kabar, serta saling merespons dan memberikan pendapat balasan. Ini menjadi tantangan bagi perusahaan media massa untuk menyaring dan memfasilitasi informasi tersebut tanpa membatasi karya atau pendapat publik. Sama halnya dengan bagaimana mengantisipasi konten atau komentar provokatif dan yang berisiko membuat keriuhan di dunia maya atau di dunia nyata saat sebuah informasi yang belum diverifikasi kebenarannya sudah menarik perhatian dan pendapat banyak orang.

Mengacu pada pendapat ini, terkait perkembangan literasi media yang disadari banyak orang (Hobbs, 1996), *GADIS* mempraktikkan konvergensi dan konektivitas antar platform media yang mereka gunakan. Andia menyatakan bahwa seringkali *GADIS* menulis berita di versi majalah tentang suatu selebriti atau topik, ditambah dengan tampilnya informasi ringan di versi *online* mereka, untuk kemudian dijadikan kuis melalui media sosial atau akun LINE mereka karena bersifat lebih interaktif lagi. Integrasi isi media yang ditampilkan oleh *GADIS* bertujuan untuk menyamakan konten dan topik, di mana para reporter yang menulis berita tersebut juga sama antara versi *online* dan versi cetak, agar para pembaca mendapatkan wawasan yang lebih menyeluruh, terbaru dan saling melengkapi antara satu informasi dengan informasi lainnya. Integrasi konten juga memungkinkan *GADIS* membagi berbagai aktivitas di platform mediana menurut interaktivitas, di mana pembaca dapat langsung memberikan respons atau berpartisipasi dalam sebuah kampanye atau kuis lewat media sosial dan fasilitas *messenger*.

Wakil Pimpinan Redaksi *GADIS* memberikan contoh sebuah integrasi antara versi cetak, versi *online* dan interaktivitasnya dalam media sosial berupa *polling* tentang rokok. Wacana dan artikel tentang rokok ditampilkan oleh *GADIS* dalam versi cetak dan *online*, sedangkan *polling* (jajak pendapat) dilakukan melalui media sosial untuk dihitung berapa pembaca *GADIS* yang pernah atau tidak pernah merokok, hasilnya kemudian ditampilkan di versi majalah. Contoh ini menunjukkan bahwa *GADIS* dalam meluncurkan suatu topik tidak hanya berupa wacana searah, namun juga terdapat interaktivitas antara majalah dan pembaca di mana mereka bisa menyampaikan pendapat, baik berupa *polling* maupun komentar melalui media yang sudah disediakan *GADIS*, yaitu media sosial dan website.

Wawancara juga dilakukan terhadap seorang pembaca *GADIS Online*, Shahfiera, yang masih duduk di bangku SMP dan mengaku membaca *GADIS Online* tanpa

membeli majalahnya. Shahfiera mengaku mengikuti akun media sosial *GADIS* sebagai pendamping bacaannya di *GADIS online*. Menurutnya, *GADIS* sering menghadirkan informasi terbaru tentang artis idolanya dan sering mengadakan kuis untuk konser. Interaktivitas *GADIS* yang ia terima berupa balasan tidak selalu ada, kecuali memang *GADIS* sedang mengadakan kuis di LINE, sedangkan selebihnya ia hanya dapat memberikan komentar searah. Selebihnya, Shahfiera mengaku mengonsumsi *GADIS Online* secara berkala dikarenakan aksesibilitasnya yang mudah sehingga dapat dilakukan sehari-hari dari ponsel pintarnya.

Interaksi dua arah yang tidak langsung terjadi antara *GADIS* dan pembacanya juga didapati di beberapa rubrik seperti Tanya *GADIS*. Dalam segmen ini, pembaca *GADIS* berkesempatan menanyakan perihal apapun kepada *GADIS* dan nantinya *GADIS* akan memuat beserta jawaban yang relevan dengan topik pertanyaan. Pembaca yang mengirimkan pertanyaan harus mencantumkan data mereka (email dan nama) untuk kemudian ditampilkan oleh *GADIS* di website dengan kesadaran bahwa data mereka akan terlihat oleh publik yang mengakses.

Gambar 2.
Kolom Curhat di *GADIS Online*

“ Dis,aku itu punya gebetan. 1 minggu lagi dia ulang tahun, Tanpa berfikir panjang aku langsung membeli hadiah ulang tahunnya dengan harga yang bisa dibilang cukup mahal. Saat aku membeli hadiah itu sahabat-sahabat aku marah, mereka bilang kalau aku ini bukan siapa-siapanya dia. jadi, aku gak usah kasih hadiah apapun ke dia. karena, belum tentu dia akan terima dan belum tentu juga dia akan melakukan hal yang sama saat aku ulang tahun nanti. sekarang aku bingung. aku harus ikutin kata hati aku atau kata sahabat-sahabat aku

Dear Rani,
Ketika kita menyukai seseorang, rasanya memang ingin memberikan sesuatu yang istimewa di hari istimewa dia. Kalau kamu tidak keberatan memberikan hadiah itu karena kamu memang ingin dan tidak berharap dia jadi menyukai kamu, tidak ada masalah. Sebaliknya kalau dengan memberikan hadiah itu kamu berharap dia jadi menyukai kamu, sebaiknya urungkan niat kamu. Karena kita tidak bisa memaksa orang menyukai kita, kan?

pranisyah@gmail.com - 7 August 2015
Curhat

Risiko Konten, Kontak dan Sikap dalam *GADIS Online*

Dalam pelaksanaannya, *GADIS* menyadari adanya potensi risiko seperti yang dikemukakan oleh Staksrud, Livingstone, Haddon, & Ólafsson (2009) yaitu risiko konten, kontak dan sikap. Risiko-risiko yang dimaksud oleh Staksrud, Livingstone, Haddon dan Ólafsson adalah bagaimana kandungan isi media massa *online* dapat dicerna oleh para pembacanya dan menimbulkan efek tertentu, baik dalam tingkatan pemahaman, ketertarikan hingga tindakan seseorang. Dalam *GADIS Online*, konten yang dimuat sudah sesuai antara harapan redaksi dan pembaca. Mengetahui bahwa target pembaca *GADIS Online* adalah remaja dalam usia produktif dan terus terkena terpaan perkembangan teknologi, *GADIS* menyadari bahwa konten yang mereka tawarkan haruslah relevan dan bermanfaat bagi pembacanya. Pihak *GADIS* menyebutkan bahwa "kita dipersenin sama grup Femina untuk selalu memberikan konten yang edukatif dan mendidik bagi pembacanya". Hal ini menunjukkan inovasi konten media mereka selain harus mudah diakses juga harus memberikan kontribusi terhadap pembacanya. Hal ini dikonfirmasi oleh dua belah pihak. Andia menceritakan sebuah kampanye "Aksi Kamu" yang menginspirasi remaja-remaja putri yang masih duduk di bangku sekolah untuk memberikan kontribusi sesuai dengan minat dan kebiasaan mereka. Kampanye "Aksi Kamu" adalah sebuah kampanye inspirasional yang dilakukan *GADIS* tentang profil seorang pelajar yang melakukan hal yang berbeda dalam bidang lingkungan hidup dan sebagainya. Nantinya setelah diterbitkan di *GADIS Online*, profil dan prestasi pelajar ini diharapkan dapat menjadi teladan dan ditiru oleh pelajar lainnya sehingga terinspirasi dan melakukan hal sejenis sesuai dengan minat mereka. Dari kampanye yang sudah berjalan selama enam bulan ini, *GADIS* menerima berbagai aplikasi yang menunjukkan antusiasme pelajar dalam membangun komunitas dan lingkungan sekitar mereka melalui bakat dan minat yang berbeda-beda.

Saat ditanya mengenai risiko konten, *GADIS* menyadari bahwa beberapa dari topik atau berita yang mereka tampilkan dapat saja mengakibatkan resepsi atau contoh yang kurang baik bagi pembacanya. Misalnya saja gaya berpakaian selebriti barat, terkadang tidak mencerminkan budaya ketimuran Indonesia, terutama bagi para pelajar yang menjadi sasaran publik *GADIS*. Namun pada saat wawancara, *GADIS* mengaku telah melakukan saringan sehingga yang mereka tampilkan tetap dalam batasan budaya Indonesia. Mereka juga selalu mencantumkan pernyataan atau imbauan agar pembaca berpikir cerdas dalam melihat konten. Hal ini dikonfirmasi oleh pembaca *GADIS* lainnya, Nat, yang mengaku menyadari adanya istilah kampanye *GADIS* "Act Smart" yang berarti para pembaca seharusnya memiliki kesadaran dalam membaca artikel-artikel

yang dimuat. Nat sendiri lebih fokus pada rubrik yang menurutnya inspirasional dan membantu kesehariannya di sekolah.

Selanjutnya adalah risiko kontak di mana *GADIS* sudah mengaktifkan fitur interaktif. Di sini publik dapat dengan bebas berpartisipasi dan *posting* sesuatu yang merupakan pendapat mereka di forum yang ada. Risiko kontak juga berpotensi terjadi tergantung dari platform media dan jenis interaksi yang mereka gunakan. Penggunaan media sosial tentunya adalah yang paling tinggi risikonya, diikuti oleh *website* dan terakhir media cetak. *GADIS* mengakui pernah ada kasus di mana terdapat beberapa orang tidak bertanggung jawab yang menyalahgunakan forum *GADIS Online* untuk membahas SARA, pornografi dan barang jualan mereka secara gratis. Ketiga hal tersebut adalah yang paling sering muncul di masa media ini masih mencoba segmen forum. Namun, sejak Juni 2015, forum tersebut sudah ditiadakan dan *GADIS* melakukan pendataan ketat bagi siapapun yang ingin *posting* komentar di artikel *online* mereka. Salah satu narasumber menyampaikan pengalamannya "aku sering dapet temen baru dari LINE *comment* soalnya kalo cuma baca artikelnya di *website* aku nggak komen, cuma baca-baca aja" (Shahfiera, 2015). Ini menunjukkan bahwa interaktivitas yang memunculkan potensi kontak adalah lewat messenger LINE *GADIS*, sedangkan dalam *GADIS Online* cenderung terjadi risiko kontak.

Selain melakukan penyesuaian konten yang berupa interaktif atau yang searah, *GADIS* juga mengantisipasi risiko kontak yang terjadi antara pembacanya di versi *online* dengan cara memonitor secara berkala. Didukung oleh bagian riset Femina Group, *GADIS* juga memantau berapa banyak pengikut media sosial mereka, berapa banyak yang aktif, dan berapa banyak *share* (penyebaran ulang) artikel yang mereka *posting*. Sejauh pemformatan ulang dengan menghilangkan segmen forum di *GADIS Online*, belum ada kontak antar pembaca dan antara redaksi dan pembaca yang melanggar kode etik, privasi maupun bahasan topik SARA, pornografi dan konten komersil tanpa izin (barang dagangan). *GADIS* mengaku memiliki tim legal yang siap menghadapi tuntutan atau kasus jika suatu hari terjadi eskalasi kasus hukum yang butuh penanganan khusus. Namun, sejauh ini karena pembaca *GADIS* adalah remaja putri yang masih pelajar, maka risiko kontak yang memicu kerusuhan atau konflik belum terlihat potensial.

Risiko sikap yang paling potensial adalah jika sebuah artikel atau berita dicerna secara singkat dan tanpa pemikiran matang oleh pembaca yang kurang kritis serta mudah terprovokasi. Dampak positif berupa sikap sering terlihat dari tingginya antusiasme pembaca saat *GADIS* menerbitkan isu-isu yang menarik seperti "Aksi Kamu" atau pengadaan kuis-kuis konser artis. *GADIS* juga rutin melakukan kontes *GADIS Sampul* tiap tahunnya di mana para peminat dari kontes ini adalah remaja putri yang duduk di bangku sekolah menengah pertama

atau sekolah menengah atas. Dengan aktifnya mereka mengikuti kampanye atau kontes yang *GADIS* lakukan, risiko sikap negatif yang mungkin muncul adalah fanatisme dan antusiasme berlebihan. Risiko sikap lainnya yang dapat terjadi adalah para pembaca yang terinspirasi dari konten *GADIS* yang tidak sesuai dengan budaya atau kondisi di tempat mereka berada, misalnya gaya hidup atau gaya berpakaian. Untuk risiko ini, *GADIS* mengaku hanya dapat memberikan sebatas imbauan atau *tagline* untuk selalu "*act smart*" atau menyikapi dengan bijak informasi yang mereka tampilkan di media mereka, terutama versi *online*. Selibuhnya, jika ada sikap atau tindakan dari pembaca yang melanggar atau melewati batas kebudayaan atau moral, *GADIS* tidak dapat bertindak apapun. Menurut Shahfiera, sejauh pengamatan dan pengalamannya membaca *GADIS Online*, ia tidak pernah merasa terprovokasi oleh konten yang tidak sesuai dengan kebiasaannya di sekolah maupun di rumah. Kegemarannya pada artis dan musik Korea membuat Shahfiera rajin mengakses *GADIS Online* terutama rubrik gosip dan menjadikannya bahan perbincangan dengan teman di sekolah yang memiliki ketertarikan yang sama. Selain berupa obrolan dan pembahasan Shahfiera tidak merasa terpengaruh ke arah negatif setelah membaca berita atau informasi dari *GADIS Online*.

Gambar 3
Kolom komentar pada artikel *GADIS*



Be the first to comment.

Sebuah sikap atau tindakan merupakan salah satu tingkatan tinggi dalam proses penerimaan dan pencernaan informasi, atau dalam proses komunikasi disebut efek konatif. Di sini terjadi aksi nyata yang diambil oleh seseorang setelah menerima suatu pesan. Dalam praktik media masa *online*, dengan target pembaca remaja yang masih bersekolah, *GADIS Online* dapat memicu banyak tindakan para remaja pembacanya melalui berita atau informasi yang mereka hadirkan. *GADIS Online* selalu berusaha menampilkan informasi yang sifatnya menginspirasi dan positif bagi para pembaca, misalnya melalui kampanye lingkungan. Sebelum diluncurkan pun, *GADIS Online* selalu melakukan cek silang untuk memastikan relevansi dan persepsi pembacanya agar berita yang

ditampilkan tidak bersifat provokatif atau negatif. Lebih jauhnya, proses dan hasil reseptor dari media massa digital adalah hal yang di luar kontrol redaksi dan di luar disclaimer bahwa mereka telah mencantumkan ungkapan dan pesan serta usaha tiada henti untuk mengimbau remaja pembaca tetap kritis dalam membaca informasi dalam *GADIS*.

Dalam kaitannya dengan media *online*, kecepatan dan kebaruan akses sedikit banyak berdampak secara langsung bagi pembaca dalam hal mencerna konten, juga berdampak pada preferensi akses media yang bisa mereka pilih. Yang juga terlihat dan menjadi kecenderungan adalah sikap adiktif para pembaca dalam mengakses *GADIS Online* secara berkala. Potensi ini diakui oleh Nat dan Shahfiera tidak terjadi karena frekuensi pembaharuan konten tidak sering seperti adiksi mereka terhadap media sosial. "Aku buka *GADIS* kalo mau liat berita artis K-pop atau kalo di Twitter katanya ada kuis aja" Shahfiera (2015). Sedangkan Nat mengaku lebih sering menggunakan *GADIS Online* untuk tujuan fungsional dan tematik, "kalo ada tugas sekolah, biasanya *GADIS* bahas artikel sains. Atau kalo mau baca zodiak". Singkatnya, para pembaca mengaku menyikapi konten sesuai dengan keperluan mereka, dan frekuensi aksesnya pun tidak menyebabkan adiksi.

Dalam hal ini, risiko sikap konsumen media *online* secara berlebihan cenderung tidak terbukti menurut pengakuan pembaca. Hal lain yang juga diakui oleh kedua pembaca *GADIS* ialah fitur *sharing* atau berbagi di mana mereka dapat memperluas apa yang mereka anggap menarik di *website GADIS* ke media sosial mereka seperti Twitter, Facebook dan Google+. Tindakan ini juga merupakan risiko sikap di mana dengan meluasnya jangkauan *GADIS Online* melalui proses berbagi oleh para pembacanya, maka *GADIS* telah mengaktifkan fungsi media massa mereka dalam memperluas informasi yang mereka tawarkan. Salah seorang narasumber mengakui:

"Kalo ada artikel lucu atau aku suka, biasanya tinggal aku klik *share* ke sosmed aku biar aku bisa baca lagi nanti atau *followers* aku tau juga berita itu." (Shahfiera, 2015)

Dari ketiga aspek tersebut -- konten, kontak, dan sikap -- terdapat sebuah urutan yang berkesinambungan dan merupakan sebab-akibat antara satu sama lain melalui proses dari fungsi komunikasi yaitu kognitif, afektif dan konatif. Adapun dari temuan penelitian yaitu wawancara dan studi pustaka, dapat terlihat bahwa *GADIS Online* dalam memproduksi informasi dan konten media, tidak terlepas dari kesadaran akan teknologi yang memungkinkan akan terjadi risiko. Literasi media yang juga telah dilakukan oleh para pembaca *GADIS Online* membuat mereka menjadi *audience* aktif terhadap informasi yang mereka akses. Antara redaksi *GADIS* dan pembaca terjadi interaksi secara langsung dan tidak

langsung di mana proses penyampaian informasi harus memenuhi kriteria kebutuhan kedua pihak, dan risikonya diakui dimonitor oleh *GADIS* secara rutin dan telah terpikirkan beberapa alternatif tindakan dan antisipasi jika ada masalah muncul.

KESIMPULAN

Majalah GADIS dalam usahanya mengikuti perkembangan zaman dan teknologi turut mengambil bagian dalam dunia *online*, mulai dari meluncurkan versi *online* majalah mereka di www.GADIS.co.id hingga mengaktifkan akun media sosial guna meningkatkan aksesibilitas dan kebaruan informasi. Dengan diluncurkannya situs resmi ini yang merupakan versi digital dan *online* majalah mereka, *GADIS* mempermudah aksesnya untuk para pembaca dan sasaran pasar mereka. Secara fungsional, hadirnya *GADIS Online* mempermudah para pembaca mendapatkan informasi dari majalah yang biasanya mereka dapatkan dalam versi cetak. Kecepatan dan kemudahan akses terhadap media masa ini berdampak pada tiga risiko menurut Staksrud, Livingstone, Haddon, & Ólafsson (2009), yaitu risiko konten, kontak dan sikap.

Risiko konten adalah yang berkaitan dengan pertimbangan isi media seperti apa yang ingin ditampilkan oleh *GADIS* di versi virtual mereka. Dengan menyadari cepatnya perkembangan dan perubahan tren remaja, *GADIS* berusaha selalu selaras dengan para target pembaca mereka yang adalah siswi SMP dan SMA dari segi konten. *GADIS Online* mengisi rubrik-rubrik *online* mereka dengan topik yang berkisar kehidupan pelajar, hubungan dengan teman, tema pelajaran dan persekolahan, serta kabar dari para selebriti.

Risiko kontak yang dimaksud adalah bagaimana *GADIS* menyikapi potensi munculnya pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dalam menggunakan akses bebas di jejaring yang tersedia. *GADIS* mengaku memonitor adanya percakapan atau interaksi yang terjadi antara pembaca di sebuah forum, di mana di masa lalu memang sempat terjadi kasus *posting* menyangkut SARA, pornografi dan perdagangan komersil tanpa izin. Dari kejadian ini, ditutuplah forum bebas tersebut dan setiap pembaca yang ingin menyampaikan pendapat di artikel atau *posting*, harus memiliki akun terlebih dahulu di *website GADIS*.

Risiko sikap adalah yang paling aktual dari cerminan sikap akibat membaca *GADIS Online*, terutama dengan fakta bahwa sasaran pembaca *GADIS* adalah remaja produktif usia 13-17 tahun di mana stimulus yang mereka terima dari media masa bisa saja mempengaruhi sikap mereka. Adapun dari segi intensitas akses *GADIS Online*, tidak ditemukan adanya potensi adiktif terhadap aksesibilitas *GADIS Online* karena pembaruannya berkala dan berskema, tidak

seperti *feed social media*. Dari segi sikap terhadap pencernaan isi *GADIS Online*, telah dilakukan tindakan antisipatif berupa anjuran dan imbauan untuk bertindak rasional dan tidak melanggar konteks budaya dan etika di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S., & Davis, D. (2011). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. Boston: Cengage Learning.
- Femina. (2008). *GADIS Media Kit*. Diakses pada 20 Juli 2015, dari <http://www.feminagroup.com/media.kit/001/2>
- Flew, T., & McElhinney, S. (2001). *Globalization and the structure of new media industries. The Handbook of New Media*, 287-306.
- GADIS. (2015). *Tentang GADIS*. Diakses pada 20 Juli 2015 dari <http://www.GADIS.co.id/tentang-GADIS/>
- GADIS. (2015). *Tanya GADIS*. Diakses pada 20 Juli 2015, dari <http://www.GADIS.co.id/tanya-GADIS/>
- Hobbs, R. (1996). *Media Literacy, Media Activism*. *Telemedium, The Journal of Media Literacy*, 42(3).
- Livingstone, S. (2004). *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2010). *Risks and safety on the internet. The perspective of European children. Final findings from the EU Kids Online survey of, 9-16*.
- Silva, D. S. (2011). *The future of digital magazine publishing. Information Services & Use*, 31(3-4), 301-310.
- Stempel, G. H., Hargrove, T., & Bernt, J. P. (2000). *Relation of growth of use of the Internet to changes in media use from 1995 to 1999. Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(1), 71-79.