



# Konferensi Nasional Komunikasi

## Evolusi Majalah Gadis dalam Beradaptasi Terhadap Perubahan Struktur Pasar Media di Indonesia

**Joe Harrianto Setiawan**

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi The London School of Public Relations Jakarta

*joe.hs@lspr.edu*

### Abstract

Changes in society are always within the systemic framework, meaning that changes in one aspect will affect other factors thoroughly and tiered. Changes that occur in certain social institutions, will be followed by changes in other social institutions. Media system is part of the public system so that any changes that occur in these systems will have an impact on the media system. This study uses economic studies media within structure-conduct-performance paradigm to examine Gadis Magazine as a media system by using organizational studies in cybernetics where media systems associated with other systems. Gadis magazine is a magazine for teen girl who has been survived for more than 42 within the change of the Indonesia mass media system. The results showed to be able to survive Gadis Magazine evolved by perform adaptive process by adjusting the editorial policy of the media market system change in Indonesia. The study's findings also show Gadis Magazine retains its ideology since the beginning which is Indonesian-way that should not be changed. But the editorial policy is the meaning or the realization of the vision should always be adaptive to change. These findings can also be interpreted that the idea of the message may not be changed, but the form of the message is an ever-changing evolved over time.

Kata kunci: Media Economic, Structure Conduct Performance, Social Changes, Adaptation, Social Evolution

### Abstrak

Perubahan masyarakat selalu dalam kerangka sistemik, artinya perubahan yang terjadi di salah satu aspek akan memengaruhi faktor-faktor lain secara menyeluruh dan berjenjang. Perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan tertentu, akan diikuti dengan perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga sosial lainnya. Sistem media merupakan bagian dari sistem masyarakat sehingga perubahan apapun yang terjadi pada sistem-sistem tersebut akan berdampak pada sistem media. Penelitian ini menggunakan kajian ekonomi media dengan paradigma *structure-conduct-performance* untuk meneliti perubahan Majalah Gadis sebagai sebuah sistem media dengan menggunakan kajian organisasi dalam pemikiran sibernetika dimana sistem media terkait dengan sistem-sistem yang lain. Majalah Gadis adalah majalah remaja wanita yang mampu bertahan selama lebih dari 42 dalam perubahan sistem media massa Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan untuk dapat bertahan Majalah Gadis berevolusi dengan melakukan proses adaptif dengan menyesuaikan kebijakan redaksi terhadap pergolakan sistem pasar media di Indonesia. Temuan penelitian juga menunjukkan Majalah Gadis tetap mempertahankan ideologinya sejak awal yakni keindonesiaan yang tidak boleh berubah. Namun kebijakan redaksi yang merupakan manifestasi dari visi tersebut yang harus selalu adaptif dengan perubahan. Temuan ini juga dapat diartikan bahwa ide dari pesan dapat tidak berubah namun yang senantiasa berubah adalah wujud dari pesan yang berevolusi seiring waktu berjalan.

Kata kunci: Ekonomi Media, Structure Conduct Performance, Perubahan Sosial, Adaptasi, Evolusi Sosial

## Pendahuluan

Pada dasarnya pesan adalah ide, sebuah gagasan yang ditransmisikan dari seorang kepada orang lain. Seperti disebutkan oleh Everett M. Rogers yang mengatakan komunikasi adalah proses suatu ide dialihkan dari satu sumber kepada satu atau banyak penerima (Mulyana, 2005:62). Hal senada dikatakan oleh Bennard Berelson dan Gary A. Steinner (Mulyana, 2005:69) yang mendefinisikan komunikasi sebagai transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Dari definisi-definisi di atas tentang komunikasi dikatakan bahwa awal mula pesan adalah sebuah gagasan atau ide yang hendak disampaikan. Definisi komunikasi di atas juga sejalan dengan mazhab transmisi dari Fiske yang melihat komunikasi sebagai suatu proses transmisi pesan yaitu bagaimana pengirim dan penerima mengkonstruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*). Dalam pembentukan sebuah pesan, mazhab ini melihat pesan sebagai sesuatu yang ditransmisikan melalui proses komunikasi. Tujuan merupakan suatu faktor yang menentukan apa yang membentuk sebuah pesan. Pesan adalah apa yang disampaikan oleh pengirim dengan sarana apapun juga (Fiske 2007:10). Sarana yang dimaksud salah satunya adalah media massa sebuah medium yang dapat menyebarkan pesan secara serentak dan serempak kepada massa.

Dalam pemikiran sibernetika, media adalah sebuah sistem. Sehingga untuk memahami proses kerja media dapat dilakukan dengan mengupas sistem yang berjalan pada sebuah media dan bagaimana proses pembuatan keputusan dalam produksi berita. Dalam memproduksi berita, media bukan hanya mentransmisikan pesan yang telah ada melainkan media melakukan penyeleksian atas suatu peristiwa atau informasi. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996:39) juga menyusun berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan. Mereka mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media yakni faktor individual, rutinitas media, organisasi, ekstra media dan ideologi. Faktor ekstra media yang dimaksudkan berhubungan dengan faktor

lingkungan di luar media seperti sumber berita, sumber penghasilan media, faktor pemerintah dan lingkungan bisnis.

McQuail (2010:220) menyatakan sedikitnya terdapat unsur teknologi, ekonomi dan politik ikut mengambil peran dalam proses ini. Namun di sisi lain sosial, ekonomi dan politik bukan merupakan sesuatu yang statis melainkan selalu berubah seiring sejarah manusia. Media massa sesungguhnya tidak hidup dalam situasi yang vakum.

Masyarakat sebagai suatu sistem dimana adanya mekanisme yang saling bergantung, saling fungsional, saling mendukung antara berbagai unsur dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Sebagai suatu sistem masyarakat selalu mengalami dinamika yang mengikuti hukum sebab akibat (kausal). Apabila ada perubahan pada salah satu unsur atau aspek, maka unsur yang lain akan menerima konsekuensi atau akibatnya, baik yang positif maupun yang negatif. Perubahan masyarakat selalu dalam kerangka sistemik, artinya perubahan yang terjadi di salah satu aspek akan memengaruhi faktor-faktor lain secara menyeluruh dan berjenjang (Soemarjan, 1974:24).

Sistem media merupakan bagian dari sistem masyarakat. McQuail (2010:183) menyatakan, sistem media merujuk pada seperangkat set aktual dari sebuah media massa pada masyarakat tertentu. Media dalam konteks ini lebih bisa dipahami sebagai sebuah sistem. Sistem media merupakan jaring keterhubungan antar elemen yang ada dalam media massa apapun bentuknya. Sehingga dengan mengacu pada penjelasan di atas, setiap perubahan yang terjadi pada sistem masyarakat di atasnya, maka sistem media akan ikut mengalami perubahan.

Di Indonesia sendiri, sejarah media di negara ini mencatat betapa dinamika sosial, politik dan ekonomi Indonesia ternyata ikut mempengaruhi sistem media di Indonesia. Gejolak politik dinamis yang dialami oleh Indonesia juga ikut mempengaruhi sistem media atau pers yang ada di negara ini menjadi terbagi dalam beberapa periode.

Pasca proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia, pers Indonesia masih melanjutkan semangat perjuangan yang sebelumnya dikobarkan semenjak masa pergerakan. Oleh karena itu pers pada periode

ini sering disebut sebagai pers perjuangan (Surjomihardjo, 1980:26).

Pada masa Orde Lama di bawah pemerintahan Presiden Soekarno, Indonesia menganut dua sistem politik yakni demokrasi liberal dan demokrasi terpimpin. Selama kedua fase tersebut, situasi Indonesia masih berada dalam pergolakan fisik. Pers dikontrol secara ketat melalui beberapa peraturan dan diwajibkan menjadi pendukung, pembela, serta alat penyebar Manifesto Politik (Manipol) Soekarno (Putra, 2009).

Pada masa Orde Baru dengan dalih pemerintah menghadapi berbagai masalah stabilitas dan rehabilitasi keamanan, politik dan ekonomi, pers dipaksa untuk memuat berita yang tidak boleh bertentangan dengan pemerintah. Pemerintah orde baru menyebut sistem pers pada Orde Baru adalah sistem pers Pancasila (Hill, 1994:34).

Berakhirnya orde baru dengan turunnya rezim Soeharto pada tahun 1998 yang merupakan puncak dari tuntutan rakyat yang menginginkan adanya reformasi pada segala bidang baik ekonomi, sosial, budaya termasuk pers. Setelah reformasi bergulir, pers Indonesia mengalami perubahan besar dalam mengekspresikan kebebasan. Dengan berlakunya undang-undang Pokok Pers UU No. 40 Tahun 1999 yang menghapuskan perizinan bagi media cetak.

Hal tersebut di atas menggambarkan betapa sistem media dipengaruhi oleh sistem sosial, politik, ekonomi dan perkembangan teknologi suatu negara. Setiap gejolak politik dan ekonomi ikut mengambil peran pada perubahan sistem pers yang kemudian berimbas pada media yang selanjutnya ikut mempengaruhi pola produksi pemberitaan.

Tidak banyak penerbitan media di Indonesia yang berhasil tumbuh melewati sejumlah periode politik dan ekonomi termasuk teknologi di negara ini. Selain tekanan politik yang dapat memaksa sebuah media ditutup, keterampilan manajemen jurnalisme dalam mengelola sebuah penerbitan juga ikut menentukan usia sebuah media. Satu dari sedikit media yang masih terbit dengan eksistensinya hingga saat ini adalah Majalah Gadis.

Majalah Gadis adalah majalah dengan segmentasi wanita remaja yang terbit perdana

pada tanggal 19 November 1973. Pendiri majalah ini adalah Pia Alisjahbana yang sebelumnya telah mendirikan majalah wanita Femina. Majalah Gadis memiliki visi memberi informasi yang bisa meningkatkan wawasan, menghibur, sekaligus trendy masih tetap konsisten terbit sebagai majalah hingga sekarang.

Dalam perjalanannya selama 42 tahun juga, majalah Gadis telah mengalami proses evolusi baik dari segi format maupun rubrikasi akibat perubahan kebijakan redaksi. Kebijakan redaksi merupakan suatu proses penentuan sikap yang dimiliki oleh sebuah media massa dalam menentukan isi sebuah media dalam menanggapi sebuah fenomena yang terjadi pada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan teori Ekonomi Media dengan pendekatan *Structure-Conduct-Performance* yang menjelaskan bagaimana struktur pasar akan mempengaruhi kebijakan media, dan kebijakan ini dengan sendirinya akan mempengaruhi performa dari media tersebut. Esensi pendekatan SCP terhadap analisis organisasi industri adalah adanya hipotesis yang menyatakan bahwa *performance* atau keberadaan pasar (atau industri) dipengaruhi oleh perilaku atau kebijakan perusahaan dalam pasar, sedangkan perusahaan dipengaruhi pula oleh berbagai variabel yang membentuk struktur pasar (Wirth dan Bloch, 1995). Oleh karena itu penelitian ini mengambil acuan bagaimana proses adaptasi kebijakan redaksi majalah Gadis dalam 42 tahun perjalanannya terhadap perubahan struktur pasar di Indonesia.

Maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana proses evolusi majalah Gadis dalam beradaptasi terhadap perubahan struktur pasar.

Adapun tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu: (1) Memahami apa saja perubahan yang dilakukan oleh majalah Gadis dalam mengadaptasikan kebijakan redaksi dalam menghadapi struktur pasar yang selalu berubah. (2) Memahami adakah yang tidak berubah dalam majalah Gadis dalam mengadaptasikan kebijakan redaksi dalam menghadapi struktur pasar yang selalu berubah.

## Metode Penelitian

Ontologi penelitian yang dilakukan adalah empiris dimana empirisme adalah suatu aliran dalam filsafat yang menyatakan bahwa semua pengetahuan berasal dari pengalaman manusia. Empiris berada dalam wilayah paradigma post-positivistik maka epistemologi penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif.

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus sesuai dengan yang disampaikan oleh Robert K Yin (2012). Studi kasus digunakan sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspek seseorang, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan yang diteliti, diupayakan dan ditelaah sedalam mungkin. Karena penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran seutuhnya bagaimana proses pelaksanaan dan perubahan kebijakan redaksi Majalah Gadis sejak awal berdiri hingga saat ini.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan Wawancara Mendalam. Umumnya wawancara dalam studi kasus bertipe *open-ended*, di mana peneliti dapat bertanya kepada responden kunci tentang fakta-fakta suatu peristiwa disamping opini mereka mengenai peristiwa yang ada. Pada beberapa situasi, peneliti bahkan bisa meminta responden untuk menyetujui pendapatnya sendiri terhadap peristiwa tertentu dan bisa menggunakan proposisi tersebut sebagai dasar penelitian selanjutnya (Yin 2012, 108).

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Pemimpin Redaksi Majalah Gadis dari beberapa periode yakni: (1) Pia Alisjahbana, Pemimpin Redaksi Majalah Gadis Periode I; (2) Dewi Dewo, Pemimpin Redaksi Majalah Gadis Periode II; (3) Petty Siti Fatimah, Pemimpin Redaksi Majalah Gadis Periode III; (4) Didin P. Ambardini, Pemimpin Redaksi Majalah Gadis Periode IV; (5) Andia Ratna K., Pemimpin Redaksi Majalah Gadis Periode V; (6) Hidayat Jati, Co. Editorial Development Director; (7) Maharani Legita, Redaktur Pelaksana Majalah Gadis

Selain itu sebagai verifikasi, peneliti juga melakukan wawancara terhadap pengamat majalah di Indonesia yaitu: Asmono Wikan, Direktur Eksekutif Serikat Pekerja Surat kabar Indonesia yang juga berfungsi sebagai proses

triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data dalam penelitian ini.

Analisis data kualitatif menurut Bognan & Biklen (1982) sebagaimana dikutip Moleong (20010:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dilengkapi dengan kajian Ekonomi Media menurut Albarran (2006) terhadap Majalah Gadis yang meliputi:

Ekonomi Media (Albarran, 2006)	<b>Structure</b> Media dan Masyarakat (McQuail, 2010).
	<b>Conduct</b> Gatekeeping (Shoemaker dan Reese, 1996:17)
	<b>Performance</b> Keragaman Isi Media (McQuail, 2010)

Waktu penelitian selama kurang lebih satu tahun, yang dimulai bulan Februari 2015 sampai dengan Februari 2016 dengan lokasi penelitian dilakukan di Kantor Redaksi Majalah Gadis yang beralamat di: Jl HR Rasuna Said Blok B Kav 32-33 Jakarta 12910.

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan majalah Gadis menjalani empat dekade perjalanan hidupnya adalah karena kemampuannya beradaptasi. Majalah Gadis melakukan langkah-langkah adaptif untuk menyesuaikan kebijakan pemberitaannya dengan perkembangan yang terjadi dengan struktur pasarnya. Sebagai sebuah sistem majalah Gadis tidaklah kaku dalam menjalankan tata kelola organisasi pemberitaannya. Berulang kali majalah Gadis melakukan penyesuaian pada

setiap periode perubahan struktur pasar media yang terjadi di negara ini. Penyesuaian-penyesuaian tersebut terlihat dalam kebijakan pemberitaan dan kinerja akhir media dalam hal ini adalah keragaman kualitas produk dalam bentuk rubrikasi.

### Analisis Ekonomi Media

Teori *Structure Conduct Performance* (SCP) meyakini bahwa struktur pasar akan mempengaruhi kinerja suatu industri. Aliran ini didasarkan pada asumsi bahwa struktur pasar akan mempengaruhi perilaku dari perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan industri secara agregat.

**Structure.** Pengertian struktur mengacu pada sifat permintaan barang dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi penjual dalam industri, jumlah dan ukuran distribusi pembeli, diferensiasi produk dan hambatan masuk pasar (McQuail, 1992:87). Adapun hasil penelitian didapatkan:

<b>Periode I</b> Awal Berdiri	
<b>Perubahan Structure</b>	Pertumbuhan majalah wanita di awal orde baru semakin meningkat. Majalah Gadis menjadi satu-satunya majalah remaja wanita. Majalah Gadis menguasai konsentrasi pasar remaja wanita.
<b>Indikator</b>	Terjadi struktur pasar monopolistik.

<b>Periode II</b> Persaingan Majalah Remaja	
<b>Perubahan Structure</b>	Pertumbuhan pasar majalah remaja di Indonesia semakin bergairah
<b>Indikator</b>	Struktur pasar <i>perfect competition</i> . Setiap media baru menerapkan strategi <i>competitive differentiation</i> .

<b>Periode III</b>
--------------------

<b>Lahirnya Pusat Perbelanjaan Modern</b>	
<b>Perubahan Structure</b>	Pertumbuhan pusat perbelanjaan dari luar negeri. Pusat perbelanjaan berevolusi menjadi aspirasi dan gaya hidup konsumen.
<b>Indikator</b>	Perubahan <i>lifestyle</i> atau gaya hidup konsumen

<b>Periode IV</b> Kehadiran Televisi Swasta	
<b>Perubahan Structure</b>	Bermunculan televisi swasta baru di Indonesia seperti RCTI, SCTV, TPI, ANTV dan INDOSIAR. Muncul program acara MTV atau Music Television untuk remaja.
<b>Indikator</b>	Persaingan media <i>product substitute</i> antar media cetak dan televisi dalam memperebutkan audiens.

<b>Periode V</b> Krisis Moneter	
<b>Perubahan Structure</b>	Terjadi krisis ekonomi di Indonesia. Tingkat pertumbuhan ekonomi rendah, menurunnya daya beli masyarakat, stagnasi di bidang investasi, hancurnya bidang pasar modal, macetnya kredit perbankan, kerusakan terjadi, tingkat pengangguran tinggi
<b>Indikator</b>	<i>Cost structure</i> industri media cetak menjadi tinggi

<b>Periode VI</b> Kebebasan Pers	
<b>Perubahan Structure</b>	Perubahan aturan yang membebaskan perusahaan pers dari izin lisensi. Munculnya media waralaba.
<b>Indikator</b>	Hilangnya <i>barrier to entry</i> pada industri media cetak.

<b>Periode VII</b>
--------------------

Tren Perubahan Format Media Cetak	
<b>Perubahan Structure</b>	Terjadi perubahan pola konsumsi media cetak. Perubahan format surat kabar dari model <i>broadsheet</i> menjadi <i>junior broadsheet</i> . Perubahan format majalah menjadi compact.
<b>Indikator</b>	Fenomena <i>trend</i> dan <i>megatrend</i> baru dalam media cetak.

<b>Periode VIII</b> Pertumbuhan Internet	
<b>Perubahan Structure</b>	Angka pertumbuhan teknologi internet semakin pesat. Terjadi perubahan konsumsi media.
<b>Indikator</b>	Teknologi akan selalu mempengaruhi <i>structure</i> dan <i>conduct</i> .

**Conduct.** Kebijakan diartikan upaya untuk memperoleh pasar. Kebijakan merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan untuk mencapai tujuan dan menghadapi persaingan yang mengacu pada proses strategis yang diterapkan dalam internal organisasi media tersebut. (Ferguson dan Ferguson, 1994:15). Dalam hal ini menggunakan berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996:17) yang terdiri atas beberapa faktor yakni *individual*, *ideologi*, *rutinitas media*, *ekstra media* yang terbagi dalam *sumber berita*, *sumber penghasilan media*, *pihak eksternal* dan terakhir adalah *faktor organisasi*.

<b>Periode I</b> Awal Berdiri	
<b>Conduct</b>	
<b>Individu</b>	Pia Alisjahbana telah berpengalaman di bidang media. Pia seorang dosen yang melihat kekosongan bacaan buat remaja wanita Indonesia.
<b>Ideologi</b>	Menjadi bacaan panduan yang edukatif informatif. Faktor keindonesiaan menjadi

	titik sentral <i>personality</i> majalah Gadis.
<b>Rutinitas Media</b>	<u>Target pembaca</u> Remaja putri dari rentang usia 13 sampai 16 tahun. Fase ketika sudah meninggalkan masa kekanak-kanakan yang penuh bermain tetapi belum masuk pada fase dewasa yang penuh tanggung jawab Periode yang sangat labil, mudah berubah-ubah. Singkatnya rentang usia pembaca.
<b>Ekstra Media</b>	Pemilihan Putri Remaja Indonesia kemudian menjadi Gadis Sampul. Rally Budaya. Sunday Club. Summer camp.
<b>Organisasi</b>	Wartawan Gadis harus mencintai dunia remaja putri Harus terjun ke dunia remaja secara formal dan informal

<b>Periode II</b> Persaingan Majalah Remaja	
<b>Conduct</b>	
<b>Organisasi</b>	Menghadapi tekanan akibat perpindahan besar-besaran wartawan Gadis ke majalah Mode

<b>Periode III</b> Lahirnya Pusat Perbelanjaan Modern	
<b>Conduct</b>	
<b>Rutinitas Media</b>	<u>Target Pembaca</u> Perubahan gaya hidup remaja

<b>Periode IV</b> Kehadiran Televisi Swasta	
<b>Conduct</b>	
<b>Rutinitas Media</b>	<u>Tone Tulisan</u> Pembahasan lebih terbuka namun tetap bertanggung jawab. <u>Teknik Penulisan</u> Tulisan dibuat lebih singkat dalam boks.

	Tulisan dibuat lebih interaktif.
<b>Periode V</b> Krisis Moneter	
<b>Conduct</b>	
<b>Ekstra Media</b>	<u>Sumber Penghasilan Media</u> Memotong event-event berbiaya tinggi

<b>Periode VI</b> Kebebasan Pers	
<b>Conduct</b>	
<b>Ekstra Media</b>	<u>Pihak eksternal</u> Femina Group mengambil lisensi majalah Seventeen untuk mengaman-kan Gadis

<b>Periode VII</b> Tren Perubahan Format Media Cetak	
<b>Conduct</b>	
<b>Ekstra Media</b>	<u>Pihak eksternal</u> Mengubah format majalah Gadis menjadi ukuran <i>compact</i>

<b>Periode VIII</b> Pertumbuhan Internet	
<b>Conduct</b>	
<b>Rutinitas Media</b>	<u>Nilai berita</u> Melakukan konvergensi dengan membuat Gadis versi online dan media sosial. Membuat standar konten untuk <i>web</i> dan untuk <i>print</i> dibuat berbeda.

**Performance.** Kinerja pada dasarnya mengacu pada konten : apa yang sebenarnya ditransmisikan ke penonton (McQuail 162). Dari hasil penelitian didapatkan:

<b>Periode I</b> Awal Berdiri	
<b>Performance</b>	
<b>Rubrikasi</b> <b>Yang Tetap</b> <i>Percikan, Surat anda, Mengapa saya Pak Dokter, Dear Uni, Bintang anda, Idih malu deh.</i> <b>Fiksi</b> <i>cerita pendek, cerita bersambung</i> <b>Artikel</b> berita-berita kisah atau feature dan tulisan ringan tentang pengembangan diri dan pergaulan	

**Mode** berisi tentang fashion dalam gambar,  
**Kecantikan** berisi tentang perawatan kecantikan wajah,  
**Tangan cekatan** berisi tentang tulisan praktis yang dapat dipraktikkan atau *do it yourself* tentang memasak atau menjahit,  
**Musik dan Film** berisi tentang informasi musik dan film yang sedang menjadi bahan pembicaraan pada saat itu.

<b>Periode II</b> Persaingan Majalah Remaja	
<b>Performance</b>	
<b>Rubrikasi</b> <b>Yang Tetap</b> <i>Kuis, TTS, Sesuka hati, Terminal Pendapat, Pop News, Puisi, Do'i, Pak Dokter, Zodiak Berkata.</i> <b>Rubrik Fiksi</b> <i>cerpen dan cerber.</i> <b>Rubrik Artikel</b> tambahan jumlah tulisan. <b>Mode</b> tambahan jumlah tulisan. <b>Kecantikan</b> tetap <b>Tangan Cekatan</b> tambahan tulisan. <b>Musik</b> tambahan tulisan. <b>Lain-lain</b> <i>berisi berita ringan dan berita internal Gadis.</i>	
<b>Logo</b> Perubahan jenis huruf	

<b>Periode III</b> Lahirnya Pusat Perbelanjaan Modern	
<b>Performance</b>	
<b>Rubrikasi</b> Sejumlah rubrik mendapat penambahan halaman dan diubah namanya. <b>Asmara</b> dengan dua tulisan, <b>Bintang Sampul</b> dengan satu tulisan <b>Fiksi</b> bertambah menjadi lima tulisan <b>Gadis Nomer Depan</b> <b>Hot Shot</b> <b>Jawab Idola</b> dengan dua tulisan <b>Liputan</b> dengan tiga tulisan berita <b>Ngeceng</b> <b>Obrolan</b> pengganti rubrik Artikel dengan enam tulisan, <b>Renungan</b> <b>Surat-surat</b> <b>Sehari bersama</b> <b>SSST</b> <b>Sekolah</b>	

<p><b>SPOT</b>  <b>Tips</b> dengan empat tulisan,  <b>TOP POP</b>  <b>Zodiak</b>            Segmen <b>Khas Cewek</b> dengan rubrik-rubrik  <b>Mode</b>  <b>Kecantikan</b>  <b>Resep Gadis</b>  <b>Tangan Cekatan</b>  <b>Yang Paten</b></p> <p><u><b>Logo</b></u>            Penambahan latar belakang dan perubahan komposisi</p>
--

<p><b>Periode IV</b>            Kehadiran Televisi Swasta</p>
<p><b>Performance</b></p>
<p><u><b>Rubrikasi</b></u>            Mengelompokkan rubrik sesuai segmennya.</p> <p><b>GAYA</b>            Rubrik: <i>cantik, keren, info gaya, mode, make over, info produk dan gaya gaul.</i>            Sub rubrik: <i>Info mode, Ngintip Artis, T &amp; J Modis, T &amp; J Cantik, T &amp; J Fit, Tips, Mode, Make Over, Gaya Gaul, Keren, Dandan, dan Koleksi.</i></p> <p><b>GAUL</b>            Sub rubrik: <i>Promo GADIS, Acara GADIS, Miss Gaul, Psikologi, Obrolan, Cinta, Kado GADIS, Hi-Tech, Kuis, Curhat, Hot Issue, kata Cowok, Cerpen, Acara Kita, Resep masakan.</i></p> <p><b>GOSIP</b>            Sub rubrik: <i>Pin Up, Seleb, Film, Kata Seleb, Musik, dan info + Agenda.</i></p> <p><b>TETAP</b>            Sub Rubrik: <i>Daftar Isi, Dari Redaksi, Surat-surat, Bin Pul, Miss Gosip, Gress, Kata Zodiac, dan Percikan.</i></p> <p><u><b>Logo Gadis</b></u>            Perubahan jenis huruf</p>

<p><b>Periode V</b>            Krisis Moneter</p>
<p><b>Performance</b></p>

<p><u><b>Rubrikasi</b></u>            (Tidak ada perubahan)</p> <p><u><b>Logo Gadis</b></u>            (Tidak ada perubahan)</p>
--

<p><b>Periode VI</b>            Kebebasan Pers</p>
<p><b>Performance</b></p>
<p><u><b>Rubrikasi</b></u>            (Tidak ada perubahan)</p> <p><u><b>Logo Gadis</b></u>            (Tidak ada perubahan)</p>

<p><b>Periode VII</b>            Tren Perubahan Format Media Cetak</p>
<p><b>Performance</b></p>
<p><u><b>Rubrikasi</b></u>            Mengubah penamaan rubrik menjadi <b>Selalu Ada</b>            Daftar Isi, Dari Redaksi Surat-Surat, Percikan, Bintang Sampul, Gadis Mobile, Gadis.co.id, Cari Di Sini, Berlangganan Gadis, Yuk dan Gadis Nomer Depan.  <b>Gress</b>            Miss Gossip, Gress + Rekomendasi, Film, Kata Zodiac, Acara Kita, Acara Gadis.  <b>Gaya &amp; Cantik</b>            Info Produk, Info Mode, Keren, Koleksi, Mode, Miss Gaya, Mode, Dandan, TJ Cantik, TJ Modis, Make Over, Gaya Gaul, Tip, Gaya Global, dan Gaya Seleb.  <b>Obrolan</b>            Psikologi, Cinta, Obrolan, dan Jalan-jalan.  <b>Seleb</b>            Kata Seleb, Gadis Sampul, Seleb, Musik, dan Hot Boys.  <b>Seru</b>            Hot issue, hi-tech, Misteri, Eh Tahu Nggak, Cinta Bumu, Kesehatan, Cerpen, Kuis, Tip, dan Kamar.  <b>Sekolah Kita</b>  <b>Curhat</b>            Versus, Curhat, dan Kata Cowok.</p> <p><u><b>Logo Gadis</b></u>            Ukuran huruf dibuat lebih tebal</p>
<p><b>Periode VIII</b></p>

Pertumbuhan Internet
<b>Performance</b>
<b>Rubrikasi Cetak</b> (Tidak ada perubahan)
<b>Rubrikasi Online</b>
<b>GAYA</b> <i>Cantik, Keren, Info Gaya, Mode, Make Over, Info Produk dan Gaya Gaul.</i>
<b>GAUL</b> <i>Cinta Melulu, Aksi, Ngobrol, Try It, dan Aksi Kamu.</i>
<b>GOSIP</b> <i>Ngegosip, Seleb, Musik, Sinema, dan Hot Boys.</i>
<b>School Zone</b> liputan ke sekolah-sekolah,
<b>Seru</b> <i>Tanya Gadis, Polling, Quiz, Angket, Wallpaper, Ecard, Percikan, Competition, Opini Kamu, dan Agenda.</i>
<b>Gadis</b> <i>Kontak dan tentang Gadis</i>
<b>Gadis TV</b> video kegiatan dan liputan majalah Gadis yang ditautkan melalui Youtube.
<b>Logo Gadis</b> (Tidak ada perubahan)

Perubahan-perubahan di atas menggambarkan struktur pasar media di Indonesia sangat dinamis. McQuail menyatakan dalam 'kekuatan media' yang salah satu modelnya adalah model media pluralis (*pluralist media*) yaitu menengahkan berbagai macam keragaman dan kemungkinan dan menyatakan tidak ada elit yang dominan atau satu, dan perubahan serta kontrol demokratis sangat mungkin terjadi (McQuail, 2010:77).

Proses kebijakan redaksi yang dilakukan majalah Gadis dalam menyesuaikan konten pada lingkungan eksternal merupakan proses adaptasi. Adaptasi adalah suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan, penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, juga dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan pribadi (Gerungan, 1991:55). Adaptasi adalah suatu karya yang didasarkan pada satu atau lebih karya yang sudah ada sebelumnya, tetapi diulangi kembali sehingga mengalami perubahan. (Hutcheon, 2009:9).

Perjalanan kehidupan majalah Gadis tak ubahnya sebuah kehidupan organisme. Seperti yang diterangkan oleh Gareth Morgan (2006:5) dalam Metafora organisasi sebagai organisme (*Nature intervenes - Organization as Organism*), Morgan (2006: 63) menggambarkan organisasi sebagai sesuatu yang hidup, berkembang dalam pengaruh lingkungan sekitar. Organisasi yang satu dengan organisasi yang lain bisa berbeda karena berada pada lingkungan yang berbeda pula. Morgan menyebut beberapa hal terkait dengan organisasi sebagai organisme di antaranya organisasi sebagai sistem yang terbuka dan proses adaptasi organisasi terhadap lingkungannya. Seperti halnya ketidakpastian yang tinggi yang dihadapi oleh organisasi hanya dapat dikendalikan dengan adanya pemikiran, sikap dan perilaku kreatif serta inovatif (Wijayanto, 2008).

Hasil temuan penelitian sejalan dengan teori evolusi sosial yang dalam sosiologi dikenal dengan Darwinisme sosial yang dikemukakan oleh Spencer (Garna, 1992:34). *Survival of the fittest* adalah keyakinan Spencer yang yakin bahwa kekuatan hidup organisasi adalah sarana untuk menghadapi ujian hidup serta menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan sosial maupun fisik. Seleksi alam yang kuatlah yang menang menjadi prasyarat organisasi menuju puncak kesempurnaan dan kebahagiaan.

Sehingga pada akhirnya dapat dikatakan bahwa adaptasi merupakan kunci kesuksesan majalah Gadis dalam tumbuh dan berkembang selama lebih dari empat dekade menjadi bagian dari masyarakat dan negara. Hasil penelitian menunjukkan proses tumbuh dan berkembangnya majalah Gadis adalah membuktikan terjadinya proses evolusi dalam media.

### Kesimpulan

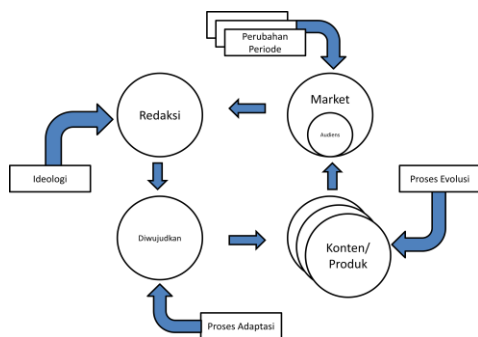
Dalam tradisi sibenetik, sebagai bagian dari sebuah sistem, struktur pasar majalah Gadis terlibat dalam perubahan sistem politik, ekonomi dan teknologi di negara ini. Agar dapat *survive*, majalah Gadis tidak dapat diam secara statis. Sehingga adaptasi merupakan sebuah keharusan bagi Majalah Gadis yang harus menyesuaikan kebijakan konten atau redaksinya dengan perubahan struktur pasar. Karena bagaimanapun tujuan akhir tiap organisasi dalam hal ini media

adalah survival atau bertahan hidup, sebagaimana organisme bekerja untuk menemukan strategi terbaik untuk tetap hidup.

Hasil penelitian menunjukkan proses perjalanan pesan yang dihasilkan oleh media harus melalui sejumlah faktor seleksi. Proses seleksi ini tidak tetap melainkan selalu berubah menyesuaikan perubahan yang terjadi pada struktur pasar. Dari lima faktor dalam proses penyeleksian konten media yaitu individu, ideologi, rutinitas media, organisasi dan ekstra media hanya faktor individu dan ideologi tidak pernah berubah sepanjang usia majalah Gadis. Ideologi yang diusung adalah menjadi panduan remaja dengan keindonesiaannya tetap dipertahankan. Dan nilai individu yang diwariskan turun temurun adalah semangat sebagai seorang wartawan sekaligus pendidik.

Dari dua kesimpulan di atas didapati bahwa proses kerja jurnalistik adalah evolutif artinya mekanisme produksi konten oleh organisasi media massa harus melalui beberapa gerbang, dimana setiap gerbang terkait dengan sistem yang lebih luas dimana sistem-sistem yang menaungi sistem media tersebut senantiasa berubah seiring waktu. Sehingga pada akhirnya bentuk sebuah konten media yang dihasilkan pada saat pertama dilahirkan akan menjadi sangat berbeda dengan bentuk konten yang terakhir kali dibentuk.

Proses penyesuaian atau adaptasi di atas merupakan inti dari konsep evolusi. Artinya media harus memiliki kebijakan redaksi yang terbuka dan adaptif terhadap perubahan. Karena bagaimanapun tujuan akhir dari tiap organisme adalah tetap hidup dan bertahan sebagaimana yang diungkap dalam teori evolusi sosial.



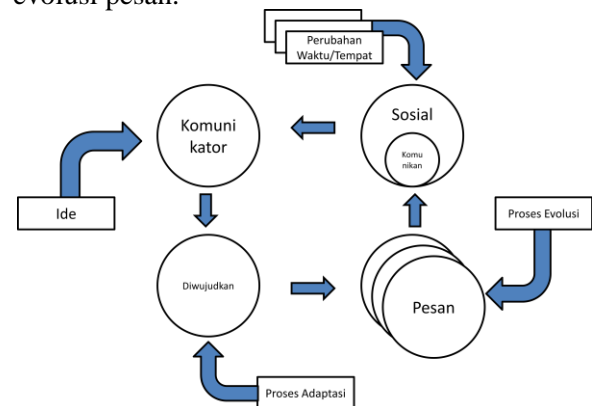
## Model Evolusi Majalah Gadis

Kesimpulan pada hasil penelitian terhadap kebijakan redaksi majalah Gadis menunjukkan ideologi media tidak berubah dan tetap dijaga karena ideologi bagi media adalah jiwa yang melandasi pendirian penerbitan tersebut. Seperti terlihat pada Model di atas, ideologi media diusung oleh tim redaksi kemudian diwujudkan atau dimanifestasikan dalam bentuk konten atau produk media. Dalam ekonomi media, konten tersebut dipasarkan kepada audiens. Audiens merupakan bagian dari sebuah market. Hasil penelitian juga menunjukkan market atau pasar media bukanlah sesuatu yang statis melainkan dinamis mengalami perubahan pada setiap periode tertentu. Tim redaksi secara aktif memantau dan mencatat perubahan-perubahan dalam pasar tersebut.

Sehingga ketika proses manifestasi ideologi diulang lagi berikutnya, prosesnya tidak lagi sama dengan proses sebelumnya. Pada proses kedua dan seterusnya tim redaksi melakukan sejumlah tindakan penyesuaian yang sesuai dengan catatan hasil pemantauan terhadap pasar. Akibatnya konten yang dihasilkan tidak lagi sama dengan konten yang dihasilkan sebelumnya. Perbedaan konten dari waktu ke waktu ini yang disebut sebagai proses evolusi media.

## Temuan

Dengan menggunakan analogi bahwa ideologi media adalah ide. Maka ketika ideologi kemudian diberi wujud atau dimanifestasikan ke dalam bentuk konten media bisa juga disebut sebagai pesan. Maka dapat dibuat sebuah model evolusi pesan.



### Model Evolusi Pesan

Seperti pada model di atas dapat dijelaskan pada siklus pertama ketika ide dari pemikiran komunikator ketika pertama kali dilontarkan akan diwujudkan dalam bentuk pesan yang bisa dimengerti oleh komunikan. Pesan tersebut kemudian disampaikan kepada komunikan. Komunikan merupakan bagian dari lingkungan sosial yang terikat dengan kelompok atau komunitasnya. Namun lingkungan sosial bukan sesuatu yang statis melainkan dinamis yang selalu berubah atau yang disebut dengan perubahan sosial. Perubahan tersebut bisa karena perubahan waktu ataupun perubahan lokasi. Akibatnya perubahan tersebut akan mempengaruhi proses pemahaman komunikan terhadap pesan.

Sehingga selanjutnya ketika komunikan berubah peran menjadi komunikator, siklus berbeda akan terjadi. Pada siklus kedua ini komunikator baru ini akan mengadaptasikan nilai-nilai perubahan sosial yang baru ke dalam proses perwujudan ide menjadi pesan. Sehingga wujud pesan kedua akan dimanifestasikan secara berbeda dari wujud pesan sebelumnya. Hal ini dilakukan agar ide pesan dapat diterima oleh komunikan yang baru. Demikian siklus ini berlangsung seterusnya. Sehingga wujud pesan yang terakhir akan berbeda dengan wujud pesan pada saat pertama kali dilontarkan. Perbedaan pesan ini disebut dengan evolusi pesan.

Proses ini akan terus berlangsung dalam setiap siklus perjalanan dari ide menjadi pesan. Jika mata rantai siklus ini terputus bukan tidak mungkin sebuah ide tersebut bisa saja punah karena tidak lagi memiliki wujud. Sehingga eksistensi dari ide tersebut hilang ditelan waktu.

Sehingga bisa juga diartikan pesan adalah sesuatu yang hidup, tumbuh dan berkembang. Artinya pesan akan mengalami proses evolusi sesuai waktu dan lingkungan dimana dia ditransmisikan. Suatu ide dalam pesan bisa jadi tidak berubah, tapi wujud pesan akan berbeda sejak pertama kali ia dilahirkan hingga terakhir ia diwujudkan.

### Referensi

Albarran, Alan B. (Ed). 2006. Handbook of Media Management and Economics. New Jersey: Lawrence Elbraum Associates.

Ferguson, Paul R, & Ferguson, Glenys J. 1994. Industrial Economic; Issues and Perspectives, New York University Press, New York.

Fiske, John. 2007 Cultural & Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif, Jalasutra, Yogyakarta.

Gareth Morgan. Images of Organization. 2006. Sage Publications.

Garna, K. Judistira. 1992. Teori-Teori Perubahan Sosial. Bandung : Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran.

Gerungan, W.A (1991) Psikologi Sosial. Bandung: PT Eresco

Hawley, 1978, Sosiologi dan Perubahan Sosial, PT Ersco Bandung.

Hill, David T. 1994. The Press in New Order Indonesia, University of Western Australia Press / Asia Research Centre on Social, Political and Economic Change, Perth.

Hutcheon, Linda. 2009. A theory of adaptation, New York : Taylor & Francis Group, LLC

McQuail, Denis. 2010. McQuails Mass Communication Theory. Sixth Edition. SAGE Publications Ltd.

Mulyana, Deddy, 2005, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung, Remaja Rosdakarya.

Putra, Afdal Makkuraga, 2009, Fenomena Pers Politik di Indonesia (Perbandingan Antara Orde Lama, Orde Baru, dan Reformasi) Jakarta, Jurnal Visi Komunikasi

Shoemaker & Reese, 1996, Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content, USA: Longman.

Soemardjan Selo dan Soelaeman Soemardi, 1974, Setangkai Bunga Sosiologi, Jakarta, Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Surjomihardjo. 1980. Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia. Jakarta Deppen RI dan Leknas LIPI.

Wijayanto, Bonifacius R, 2008, Pengetahuan Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif Berkesinambungan, Fokus Ekonomi.

Wirth, Michael O. and Harry Bloch. 1995: "Industrial Organization Theory and Media Industry Analysis". Journal of Media Economics 8(2): 15-26

Yin, Robert K. 2012. Studi Kasus Desain & Metode, Raja Grafindo Jakarta