

Persepsi Generasi Milenial dan Z Terhadap Majalah Gadis

Arya Wiratama Akbar¹, Nathania Abigael Kurniadi², Zhafirah Dwi Hapsari
Sugiarto³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
arya.23300@mhs.unesa.ac.id, nathania.23191@mhs.unesa.ac.id,
zhafirah.23080@mhs.unesa.ac.id

Abstract

In the era of modern and digitalization, rapid advances in communication and information technology have had a significant impact on the conventional media industry, especially print media. The Internet has revolutionized the production, distribution and consumption of information. Because of this, the internet indirectly provides challenges to existing print media companies to develop their products and services in digital form. One of the print media that is being challenged in this digital era is magazines. Magazines are one of the mass media which now also have to adapt to changes in this era of digitalization. Adaptation is of course important for the continued existence of the magazine. Of the many magazines that can be discussed, the author uses Girl Magazines as the main topic. Girl Magazine is an Indonesian youth magazine that has been published for 35 years. Girl Magazine was popular in the 90s and 2000 era. At that time, this magazine discussed trends for women ranging from beauty, films, novels, songs, etc. Apart from that, Girl Magazine also discussed clothing trends represented by the lifestyles of artists at that time. So it's not a surprise that Girls Magazine has become a role model for young women in Indonesia.

Keywords: GIRL Magazine; Digitalization; Adaptation; Perception; Print Media

Abstrak

Menyadari bahwa apabila tidak mengikuti arus digitalisasi di era modern yang sedang melaju dengan cepat membuat Majalah GADIS harus bergerak dan melakukan adaptasi. Majalah Gadis mengubah cara mereka untuk meningkatkan minat pembaca, dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, twitter, youtube, dan website. Akan tetapi, langkah adaptasi yang dilakukan kurang efektif. Melihat bagaimana Majalah GADIS hanya mengubah bentuk dari majalah fisik ke majalah digital tanpa melakukan pendekatan spesifik kepada pembaca, khususnya anak muda. Artikel ini dibuat dengan melakukan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam dengan melakukan wawancara terhadap 4 informan yang merupakan generasi milenial dan generasi Z. Selain itu, artikel ini bertujuan untuk mendeksripsikan persepsi dari generasi milenial dan generasi Z terhadap majalah gadis di era digitalisasi ini. Dalam kesimpulan, menurut persepsi kaum milenial dan generasi Z, majalah gadis kehilangan daya tariknya di era digital karena kurangnya aksesibilitas, kurangnya interaktivitas, dan ketidaksesuaian dengan perubahan nilai dan minat remaja. Untuk tetap relevan, majalah gadis perlu beradaptasi dengan perubahan tren konsumsi media dan memahami lebih baik apa yang diinginkan oleh audiens mereka.

Kata Kunci: Majalah GADIS; Digitalisasi; Adaptasi; Persepsi; Media Cetak

1. Pendahuluan

Di era digitalisasi yang berkembang dengan cepat, berbagai aspek kehidupan manusia telah mengalami perubahan signifikan. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah pergeseran dari dunia fisik ke dunia digital. Digitalisasi mengubah format informasi yang sebelumnya berupa analog (konvensional) menjadi digital yang mudah diproduksi, diproduksi kembali, didistribusikan dan dikonsumsi dengan cepat [1]. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah memberikan perubahan yang besar dalam bidang industri media dan hiburan. Perubahan besar itu berdampak signifikan kepada salah satu industri di Indonesia, yaitu industri media cetak. Oplah media cetak di Indonesia menurun setiap tahunnya.

NO	JENIS PENERBITAN	2019		2020		2021/2022	
		Media	Oplah	Media	Oplah	Media	Oplah
1	Suratkabar Harian	383	5.713.910	360	4.059.834	327	2.882.482
2	Suratkabar Mingguan	77	140.715	69	101.548	72	73.977
3	Majalah	111	4.286.701	86	2.041.976	66	1.375.892
4	Tabloid	73	2.727.530	78	1.222.296	73	611.178
	Jumlah	644	12.868.856	593	7.425.654	538	4.943.529

Sumber: Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat 2022

Di tahun 2019, media cetak masih mendistribusikan 12.868.856 salinan untuk dijual. Di sepanjang tahun 2020 hingga 2022, industri penerbitan media cetak mengalami penurunan hingga 106 penerbit dan oplah mengalami penurunan hingga 499.673 salinan. Hal ini tak lain dan tak bukan karena digitalisasi.

Salah satu produk media yang mengalami dampak signifikan dari digitalisasi adalah majalah. Majalah ialah salah satu bentuk media massa yang disajikan dalam bentuk cetakan, dengan berbagai rubrik yang berisi gagasan feature serta artikel dan gambar yang terkandung di dalamnya, untuk kemudian dipublikasikan secara berkala [2]. Banyaknya orang yang mengakses internet membuat kita memiliki budaya baru, yakni budaya screen. Hampir semua kita akses melalui screen. Gaya hidup dan perilaku kita berubah. Terutama perilaku di generasi milenial yang jumlahnya sekitar 70 juta orang, generasi Z yang hampir 75 juta orang, dan generasi alpha yang jumlahnya sudah 39 juta orang. Mereka adalah generasi yang akrab dengan perangkat dan aplikasi digital sejak lahir [3].

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi telah menyebabkan perubahan bentuk berita dari media cetak dan siaran ke bentuk *online*. Agar tetap menarik bagi pembaca, surat kabar dan majalah harus dapat menyajikan edisi *online* dengan berita terbaru yang diperbarui secara berkala, selain edisi cetak yang masih diandalkan. Pengaruh internet pada media cetak telah menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari, dan media harus berusaha untuk bersinergi dengan format *online* [4].

Sama halnya dengan Majalah Gadis yang harus mengikuti arus digitalisasi saat ini. Walau pun pada masanya, Majalah ini sempat menjadi sumber inspirasi dan panduan bagi remaja perempuan di Indonesia. Namun, dengan munculnya teknologi digital dan perubahan pola perilaku konsumen, daya tarik majalah Gadis tampaknya mengalami penurunan. salah satu cara mereka membangun brandingnya kembali adalah dengan meluncur situs resmi di media *online*. 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 [5].

Gaya hidup yang sudah berubah memainkan peran penting dalam menurunkan daya tarik majalah Gadis. Di era digital ini, para gen z cenderung lebih sibuk dengan aktivitas *online*, seperti berinteraksi dengan teman-teman di media sosial, melakukan , atau bahkan membangun bisnis *online* mereka sendiri. Dari hal tersebut, mereka memiliki sedikit waktu untuk duduk dan membaca majalah dengan penuh perhatian. Hal ini mengakibatkan penurunan daya tarik dalam mengonsumsi majalah Gadis.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi generasi milenial dan generasi Z mengenai majalah Gadis yang semakin pudar eksistensinya. Penurunan daya tarik majalah Gadis mencerminkan perubahan dalam cara konsumen mencari, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan konten. Penelitian ini juga penting bagi perkembangan industri media cetak yang masih memproduksi majalah bentuk fisik hingga saat ini, agar pihak terkait dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens mereka dalam industri media digital yang berkembang. Selain itu, pemahaman tentang persepsi kaum milenial dan gen Z dalam minat terhadap majalah dapat membantu penerbit untuk mengelola sumber daya mereka dengan lebih efisien dan merencanakan model bisnis yang lebih berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kualitatif, di mana pengumpulan data didapat dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber. Metode kualitatif dipilih untuk menjadi metode penelitian karena untuk menjelaskan suatu keadaan dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Data yang didapat dari audiens dan informan merupakan data yang *actual* dan memiliki kualitas. Maka hal tersebut menjadi alasan utama mengapa menggunakan kualitatif sebagai metode penelitian Majalah Gadis. Informan diajukan dengan empat soal pertanyaan yang berhubungan dengan majalah Gadis. Penelitian ini menggunakan konsep wawancara dengan *audiences*, di mana narasumber yang diwawancarai dibagi menjadi 2 audiens. Audiens pertama merupakan Audiens dengan rentang usia 25-40 (generasi milenial). Audiens kedua merupakan Audiens dengan rentang usia 17-25 (generasi Z). merupakan orang yang bukan bagian dari perusahaan majalah Gadis. Tiga narasumber yang diwawancarai yaitu A (30 tahun), I (37 tahun), AK (20 tahun), dan D (18 tahun). Saat wawancara informan diajukan pertanyaan mengenai pendapat mereka tentang eksistensi majalah gadis di era digitalisasi. Sehingga hasil yang didapatkan dari empat sudut pandang orang yang berbeda dari (segi generasi, umur, dan gender) dapat di data dan disimpulkan.

3. Hasil dan Pembahasan

Bab ini dibagi menjadi 4 Sub bab materi. Pada sub bab pertama kami menganalisis konsep berdasarkan tanggapan atau perspektif dari beberapa audiens yang kita temui untuk menghasilkan uraian dan identifikasi. Pada sub bab kedua dan menganalisis tentang sejarah dan bagaimana transisi majalah gadis untuk mengikuti arus perkembangan jaman serba digital.

A. Latar Belakang Informan

Penelitian ini menggunakan konsep wawancara dengan *audiences*, di mana narasumber atay informan yang diwawancarai merupakan orang yang bukan bagian dari perusahaan majalah Gadis. Empat narasumber yang diwawancarai yaitu:

Informan	UMUR	PROFESI	Hasil
A	30 tahun	<i>Freelancer</i>	Mengetahui Majalah GADIS dan lebih menyukai majalah fisik
I	37 tahun	<i>Finance spv</i>	Pernah membaca Majalah GADIS, namun lebih memilih majalah digital
AK	20 tahun	<i>Mahasiswa</i>	Mengetahui Majalah GADIS (tapi tidak membacanya) menyukai

			majalah fisik dan majalah digital
D	18 tahun	Siswi di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	Tidak mengetahui Majalah GADIS dan lebih memilih majalah digital

Hasil wawancara didapatkan dari 4 sudut pandang orang yang berbeda dari segi generasi, umur, dan gender. Hal ini bertujuan agar hasil wawancara yang didapatkan bisa membantu menggali faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya minat majalah Gadis berdasarkan persepsi dari generasi milenial dan generasi Z.

B. Perspektif Menurut Milenial

Perspektif generasi milenial terhadap Majalah GADIS beragam, tergantung pada latar belakang individu dan preferensi pribadinya. Generasi milenial sendiri yang biasa disebut dengan generasi Y atau gen Y adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang lahir antara tahun 1981 sampai 1996. Nama ini pertama kali digunakan dalam buku *Generations (1991)* oleh William Strauss dan Neil Howe, yang merasa itu adalah nama yang tepat untuk generasi pertama yang mencapai usia dewasa di milenium baru [6]. Generasi ini umumnya ditandai dengan peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Hal tersebut disebabkan generasi ini tumbuh ketika teknologi mulai berkembang.

Pada bidang penyampaian informasi, generasi ini mempunyai perspektif yang berbeda-beda. Dari informan A, seorang freelancer yang berumur 30 tahun mengatakan bahwa ia pernah membaca Majalah GADIS, tetapi tidak memiliki majalah tersebut. Informan juga beranggapan bahwa “kalau saya lebih memilih majalah fisik dibandingkan majalah digital karena majalah fisik itu punya nilai koleksi dan nostalgianya tersendiri”. Majalah merupakan salah satu bagian dari *pop culture*, di mana *pop culture* sendiri merupakan salah satu cara bagi para remaja untuk mengekspresikan jati diri mereka sehingga faktor tersebut menjadikan majalah fisik mempunyai nilai koleksi yang cukup tinggi. Majalah juga turut berperan membangun kesan nostalgia bagi para pembacanya. Majalah GADIS pernah membangun kesan nostalgia itu bagi remaja perempuan pada masa jayanya.

Sedangkan informan I, seorang *Finance SPV* yang berumur 37 tahun, mengatakan bahwa ia pernah membaca dan mempunyai beberapa edisi Majalah GADIS. Namun, ia lebih memilih majalah digital, “saya lebih memilih majalah digital karena lebih *simple*, tidak usah membawa majalah dan bisa dibaca dimana pun dan kapan pun.” Hal tersebut menunjukkan bahwa seberapa pun orang menyukai produk tersebut, tetapi jika produk tersebut tidak berinovasi mengikuti perkembangan zaman, produk itu akan ditinggalkan dan konsumen akan memilih produk yang berinovasi sesuai perkembangan zaman.

C. Perspektif Menurut Gen Z

Generasi Z adalah kelompok demografi yang lahir antara pertengahan tahun 1995-an hingga awal tahun 2010-an [7]. Generasi ini telah tumbuh dengan teknologi digital dan internet yang sangat berkembang, sehingga memiliki karakteristik unik dalam mengonsumsi media, termasuk majalah fisik. Mereka lebih memilih melihat ataupun membaca berita melalui media social karena bisa diakses kapan pun dan dimana saja.

Dari informan D seorang siswi SMK berusia 18 tahun yang beranggapan bahwa “Majalah remaja seperti GADIS ini sudah tidak eksis lagi di jaman ini dikarenakan jika isinya hanya membahas *hacks* fashion dan seputar kehidupan perempuan, saya bisa melihatnya melalui media social. Sehingga saya tidak perlu lagi memiliki majalah tersebut.” Maksud dari tanggapan informan D adalah majalah fisik bertema remaja dan perempuan sudah pudar dan lebih baik membaca berita fashion atau kehidupan remaja wanita melalui internet atau media sosial, karena dapat mengetahui informasinya secara cepat ketimbang majalah yang rilisnya hanya 1 bulan sekali bahkan lebih lama. Informan D juga mengatakan “sebagai pelajar saya lebih memilih membaca

majalah digital karena dapat menghemat biaya” maksud dari informan D adalah ketika diberi pilihan ingin membaca melalui majalah fisik atau digital ia lebih memilih majalah digital karena biaya langganan yang lebih murah daripada membeli secara fisik.

Akan tetapi lain lagi menurut informan A seorang mahasiswa berusia 20 tahun yang beranggapan “Menurut saya majalah remaja seperti GADIS sudah mengalami penurunan, karena mencari informasi seperti dalam majalah sekarang bisa melalui internet” Maksud dari informan A adalah majalah yang membahas seputar remaja contohnya GADIS sudah mengalami penurunan dari para peminat dikarenakan adanya internet yang dapat kita akses dengan mudah dan cepat, akan tetapi A juga mengatakan bahwa ia lebih memilih untuk memiliki majalah fisik “kalau saya sih lebih pilih majalah fisik karena kebetulan saya juga koleksi majalah tetapi majalah yang saya koleksi adalah majalah tentang *video game*, dan saya ingin menambahkan tentang nilai *plus* dari majalah fisik yaitu selain sebagai barang koleksi, terkadang pada edisi khusus akan mendapatkan sejumlah poster ataupun kaset yang biasanya berisi konten khusus pada majalah tersebut” arti dari perkataan informan A adalah ia lebih baik memilih majalah fisik karena selain sebagai barang koleksi ia juga mengincar sebagian poster atau kaset yang terisi konten khusus pada edisi majalah tersebut.

4. Kesimpulan

Dalam kesimpulan, menurut persepsi kaum milenial dan generasi Z, majalah gadis kehilangan daya tariknya di era digital karena kurangnya aksesibilitas, kurangnya interaktivitas, dan ketidaksesuaian dengan perubahan nilai dan minat remaja. Persepsi dari generasi masa kini berperan penting dalam kemajuan suatu media cetak seperti Majalah GADIS. Untuk tetap relevan, majalah gadis perlu beradaptasi dengan perubahan tren konsumsi media dan memahami lebih baik apa yang diinginkan oleh audiens mereka.

Daftar Pustaka

- [1] V. M. Rumata, “Digitalisasi Dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah Go Girl Dan Harian Suara Pembaharuan),” *Komunikologi*, vol. 15, no. 2, pp. 128–136, 2017.
- [2] binus.ac.id, “<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab1/2014-2-01356-MC%20Bab1001.pdf>,” pp. 1–5.
- [3] T. B. Media *et al.*, “Media Directory Sps 20222023,” 2022.
- [4] R. Ananda, I. Tri Yunianika, S. Hadianti, and N. Supratmi, “Pemanfaatan Platform Penerbitan Digital Issuu: Media Publikasi Majalah Digital,” *I-Com Indones. Community J.*, vol. 3, no. 2, pp. 609–617, 2023, doi: 10.33379/icom.v3i2.2576.
- [5] I. Fakultas, U. P. Harapan, A. Yuniar, and U. Jember, “Terbitnya Majalah Gadis Sejak Tahun 1973 Dan Eksistensinya di Era Digital Anggi Yuniar Rizky Wulandari _ 200110301030,” no. June, 2023.
- [6] Alicja Zelazko, “millennial demographic group,” *Britannica*. britannica, p. 1, 2023. [Online]. Available: <https://www.britannica.com/topic/millennial>
- [7] Amalia Yunia Rahmawati, “Mengenal Generasi Boomers, X, Y, Z, dan Alpha, Seperti Apa Kepribadiannya?,” *brain academy*, no. July, pp. 1–23, Aug. 2020. [Online]. Available: <https://www.brainacademy.id/blog/karakteristik-generasi-boomers-x-y-z-alpha>