

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Melalui penelitian ini saya mencoba menjawab pertanyaan bagaimana rubrik *fashion and Beauty* dalam Majalah Femina berpengaruh terhadap sikap *fashion* pembacanya? serta mengetahui perbedaan efek yang dimiliki oleh tiap pembaca setelah membaca rubrik *fashion and beauty* majalah Femina terhadap sikap *fashion*-nya dengan menggunakan teori efek media sebagai pengategorian tahapan efeknya, yaitu mengategorikan sikap pembaca ke dalam efek kognitif, afektif, atau behavioral.

Berdasarkan penelitian yang telah etnografer lakukan melalui metode observasi partisipan dan wawancara mendalam terhadap tiga wanita pembaca majalah Femina, dapat disimpulkan bahwa sebuah media khususnya rubrik *fashion and beauty* dalam majalah Femina menghasilkan kekuatan peran yang berbeda-beda terhadap tiap pembacanya. Perbedaan kekuatan peran tersebut dapat dilihat dari efek yang berbeda yang ditunjukkan melalui sikap masing-masing pembaca. Melisa yang terbiasa dengan kesederhanaan dalam lingkungan sejak kecilnya hanya menunjukkan efek kognitif dari kebiasaannya membaca informasi *fashion* dari majalah Femina. Novi yang merupakan wanita mandiri dan teguh dengan pendiriannya mampu menerima informasi dan meniru segala gaya yang ia sukai dengan cara nya sendiri, hal ini menunjukkan bahwa Novi telah menerima efek kognitif dan afektif. Berbeda dengan Melisa, berbeda juga dengan Novi,

Nonik yang merupakan seseorang yang telah terbiasa berpenampilan menarik dan menjadi pusat perhatian sejak kecil membentuknya menjadi seorang wanita konsumtif yang membuatnya selalu menjadikan rubrik *fashion and beauty* dalam majalah khususnya majalah Femina sebagai patokkannya dalam bergaya dan berpenampilan. Sikap konsumtif yang ditunjukkan oleh Nonik ini menunjukkan bahwa ia tidak hanya menerima efek kognitif dan afektif saja, Nonik juga menerima efek behavioral dari efek sebuah media massa.

Perbedaan efek pada tiap pembaca dari sebuah media yang sama ini terjadi karena perbedaan pola pikir yang dimiliki tiap pembaca. Tiap pembaca dengan latar belakang asal daerah dan pola kehidupan sejak kecil membentuk pemikiran yang berbeda-beda. Hal ini lah yang membuat adanya perbedaan efek yang tercipta dari efek media massa terhadap *receiver* nya, yaitu pembaca.

## **B. Saran**

Dalam penelitian terhadap pembaca majalah Femina ini masih terdapat beberapa kekurangan. Etnografer tidak begitu mengenal suami dari Nonik secara lebih dekat sehingga tidak bisa memberi kesimpulan tentang sikap dan pola pikir suami Nonik yang pastinya juga sedikit banyak bisa mempengaruhi sikap Nonik yang begitu konsumtif.

Kekurangan dalam penelitian yang telah etnografer lakukan ini disebabkan karena keterbatasan waktu dan biaya yang etnografer miliki, serta beberapa faktor pribadi dari para pembaca yang etnografer teliti. Diwaktu-waktu mendatang, penelitian mengenai peran rubrik *fashion and beauty* terhadap pembacanya ini diharapkan dapat dikembangkan dengan meneliti kelompok wanita yang lebih

besar lagi dengan kategori sosial yang pastinya lebih beragam lagi. Penelitian yang akan datang juga diharapkan dapat dilakukan dalam waktu yang lebih lama sehingga dapat lebih menghasilkan hasil penelitian yang lebih mendalam.





# Lampiran

## **Interview Guide**

Dalam penelitian etnografi terhadap pembaca majalah Femina terkait peran rubrik *fashion and beauty* terhadap sikap *fashion* pembacanya, etnografer akan melakukan penelitian terhadap wanita dari tingkat ekonomi menengah ke atas yang berumur antara 25-35 tahun. Syarat obyek penelitian ini etnografer buat berdasarkan target pembaca dari Majalah Femina.

### **DATA PEMBACA**

NAMA :  
ALAMAT :  
STATUS :  
PEKERJAAN :  
TEMPAT / TGL LAHIR :  
UMUR :

### ***PERTANYAAN TERKAIT DENGAN MEDIA***

1. Bagaimana anda mendapatkan Majalah Femina?
2. Bagaimanakah intensitas anda dalam membaca atau hanya sekedar melihat (mengamati) isi Majalah Femina?
3. Mengapa anda tertarik untuk membaca rubrik *fashion and beauty* dalam Majalah Femina?
4. Bagian manakah dari rubrik *fashion and beauty* dalam Majalah Femina yang lebih dulu anda lihat saat membaca Majalah Femina? (artikel *fashion*, model, produk, atau *tips*)

5. Mengapa anda lebih tertarik untuk melihat rubrik tersebut lebih dulu?

### ***PERTANYAAN TERKAIT DENGAN TEORI EFEK MEDIA***

#### **Efek Media Massa yang Berkaitan dengan Pesan atau Media Itu Sendiri**

##### **Efek Ekonomi**

6. Apakah anda memiliki usaha yang berkaitan dengan *fashion and beauty*?

(Butik/ Assesoris/ Salon)

7. Mengapa anda memilih bisnis yang terkait dengan mode (butik/ assesoris/ salon)?

8. Bagaimana peran *fashion and beauty* dalam Majalah Femina dalam proses perkembangan usaha anda tersebut?

##### **Efek Sosial**

9. Dengan siapakah biasanya anda membaca dan membahas rubrik *fashion and beauty* Majalah Femina?

10. Mengapa anda merasa perlu untuk membahas dan berdiskusi mengenai rubrik *fashion and beauty* saat membaca Majalah Femina?

##### **Efek Penjadwalan Kegiatan Sehari-hari**

11. Kapan waktu yang biasanya anda gunakan untuk membaca Majalah Femina?

12. Mengapa anda memilih waktu tersebut untuk membaca Majalah Femina?

### **Efek Hilangnya Perasaan Tidak Nyaman**

13. Mengapa anda membaca Majalah Femina?

14. Mengapa anda merasa perlu untuk membaca rubrik *fashion and beauty* Majalah Femina?

15. Adakah tujuan tertentu yang ingin anda raih saat membaca majalah Femina, khususnya rubrik *fashion and beauty*? Jika ada, apa? mengapa?

### **Efek Menumbuhkan Perasaan Tertentu**

16. Sejak kapankah anda menyukai dan merasa cocok dengan gaya mode yang ditampilkan rubrik *fashion and beauty* Majalah Femina?

17. Mengapa anda membaca kembali atau hanya sekedar melihat kembali edisi-edisi lama (bukan edisi terbaru) rubrik *fashion and beauty* Majalah Femina diwaktu-waktu tertentu?

18. Bagaimanakah rubrik *fashion and beauty* Majalah Femina dapat membantu anda mendapatkan apa yang sedang anda butuhkan dan ingin anda ketahui mengenai dunia mode dan kecantikan (*fashion and beauty*)?

### **Efek yang Terkait dengan Perubahan dari Diri Pembacanya**

#### **Kognitif**

19. Apakah anda mengetahui mode (gaya rambut, baju, *make-up*) yang sedang tren saat ini?

20. Gaya perpaduan motif dan warna seperti apakah yang sedang tren saat ini?

21. Merk produk apakah yang sering muncul dalam rubrik *fashion and beauty* Majalah Femina?

### **Afektif**

22. Mengapa anda setuju bahwa mode yang sedang tren tersebut memang bagus?

23. Apakah tren mode tersebut anda rasa cocok untuk dikenakan pada diri anda?

24. Mengapa anda merasa/ tidak merasa cocok dengan mode yang sedang tren tersebut untuk anda anut?

25. Mengapa anda tetap mengikuti tren-tren mode untuk mendukung penampilan anda?

### **Behavioral**

26. Barang apa sajakah yang biasanya (sering) anda beli untuk mendukung penampilan anda?

27. Saat anda membeli barang-barang mode, apakah anda membeli karena membutuhkannya? Atau hanya untuk mengikuti mode atau sebagai 'simpanan' saja (siapa tahu bisa digunakan di hari-hari mendatang)?

28. Merk *make-up* apakah yang anda gunakan?

29. Merk baju dan sepatu apa yang biasanya anda beli?

30. Mengapa anda memilih merk-merk tersebut?



31. Apakah anda memiliki *badget* khusus untuk berbelanja kebutuhan mode?

Jelaskan

32. Apakah anda memiliki jadwal khusus untuk berbelanja barang-barang mode tersebut?



## **Detail dan Konkretisasi Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi Partisipan**

Dalam praktek penelitian yang akan etnografer lakukan nanti, etnografer akan melakukan pengamatan mendalam terhadap pembaca majalah Femina terkait dengan sikap mereka terhadap *fashion* dan dunia kecantikan. Observasi partisipan yang akan dilakukan oleh etnografer adalah dengan mengamati sikap yang ditunjukkan oleh obyek penelitian, dari mulai cara berbicara, hingga tindakan-tindakan spontan yang akan pembaca tunjukan.

Teknik observasi partisipan ini etnografer lakukan dengan tinggal bersama dengan obyek penelitian selama satu minggu penuh. Melalui teknik ini etnografer akan memiliki waktu untuk tahu apa yang pembaca lakukan sejak bangun tidur hingga tidur lagi. Teknik ini tidak mengutamakan hubungan secara oral, namun lebih pada pengamatan yang tidak akan etnografer ungkapkan terhadap obyek penelitiannya, kesimpulan pemikiran hanya akan etnografer simpan dalam hati untuk menjadi catatannya sendiri.

Pengamatan dilakukan dari pola tidur pembaca, apa saja yang pembaca lakukan disaat waktu senggang, serta bagaimana persiapan yang dilakukan pembaca saat akan memulai aktifitas. Etnografer akan mengetahui produk-produk yang pembaca gunakan untuk mandi, berdandan, serta kenakan dalam kegiatannya sehari-hari, baik itu di rumah, atau luar rumah, seperti bekerja dan kegiatan lainnya.

Selama melakukan penelitian, etnografer akan mulai dengan obrolan ringan dan mengenal lebih jauh pribadi dan sifat-sifat dasar dari pembaca tersebut. Karena etnografer hanya akan melakukan penelitian selama satu minggu terhadap masing-masing pembaca, maka etnografer hanya akan mengamati dari sifat dasar yang terlihat secara langsung. Dengan melakukan obrolan dan mendengar jawaban-jawabannya, etnografer akan mengetahui tingkat kepedulian pembaca tersebut atas penampilannya, boros atau tidakkah pembaca tersebut, serta apakah pembaca tersebut merupakan tipe orang yang mudah terpengaruh atau tidak. Untuk mengetahui sifat-sifat dasar tersebut, etnografer tidak harus melakukan obrolan-obrolan yang tertuju langsung ke dalam dunia mode. Etnografer akan melakukan obrolan ringan tentang gosip atau cerita sosial lainnya. Observasi partisipan ini sendiri akan lebih terasa mudah bagi etnografer, karena etnografer memang telah mengenal pembaca yang akan menjadi obyek penelitiannya terlebih dahulu.

Dalam pengamatannya nanti, etnografer hanya akan berusaha mengerti lebih dalam bagaimana sifat dan arah pembicaraan yang bisa memancing pembaca untuk dapat dengan mudah memberikan informasi baik secara langsung atau tidak. Setiap hari selama penelitian berlangsung, etnografer akan menulis catatan-catatan kecil yang merupakan kesimpulan yang bisa etnografer tangkap dari apa saja yang terjadi dan etnografer lihat dalam satu hari tersebut. Catatan dalam teknik observasi partisipan ini merupakan langkah yang etnografer lakukan untuk memudahkan etnografer mengingat segala pemikiran yang etnografer simpulkan dan mungkin akan etnografer lewatkan saat menulis laporan penelitiannya kelak.

## 2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam ini sebenarnya tidak memiliki cara yang berbeda jauh dengan observasi partisipan. Hanya saja, jika pada teknik observasi partisipan etnografer akan membatasi dirinya untuk sekedar dapat memperoleh kesimpulan informasi mengenai sifat dan sikap dasar pembaca sebagai catatan pribadinya yang ia simpulkan sendiri, dalam teknik wawancara mendalam nanti, etnografer akan benar-benar memfokuskan pertanyaan dan kesimpulan dari apa yang pembaca jawab. Etnografer juga telah memiliki pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan teori efek media sebagai dasar dari wawancara mendalam ini. meski pertanyaan yang akan etnografer tanyakan bisa melebar, namun, etnografer telah memiliki garis besar dari apa yang ingin etnografer simpulkan berdasarkan jawaban yang diberikan oleh pembaca.

Wawancara mendalam ini akan dilakukan dengan lebih *to the point* terhadap kehidupan *fashion* pembaca hubungannya dengan Majalah Femina khususnya rubrik *fashion and beauty* seperti yang telah terlampir sebagai *interview guide*. Melalui teknik wawancara mendalam ini, segala kesimpulan akan etnografer buat berdasarkan jawaban pasti dari pertanyaan-pertanyaan tersebut yang kemudian akan terhubung langsung dengan teori efek media.

## ~~T~~ranskrip Wawancara

**Melisa**

Etnografer : Sejak kapan *si* suka baca majalah Femina? Kok bisa suka?

Melisa

: Dari kecil. *Kan* mama suka baca majalah tu di rumah, biasa ibu-ibu. Terus waktu masi jaman sekolah di rumah kalau lagi *nganggur* gitu suka baca, lama-lama bisa suka *gini*, *asik* si.

Etnografer

: Sebenarnya apa *si* yang bikin *asik* itu? jelasin *donk*.

Melisa

: *Hmmm*, apa ya (tertawa).. *kan* di Femina tu ada foto-foto model yang *pake* baju yang bagus-bagus *tu*, ada juga info soal produk-produk kecantikan. *Ngga* tahu kenapa, suka *aja* kalau bisa *liat* dan tahu soal info itu. Ada kenikmatan tersendiri *aja*, *ga tau* juga *tu* kenapa. *Seneng aja deh* pokoknya, *hehe...*

Etnografer

: Terus sekarang *kan* udah *ga* di rumah *ni* ya, bisa baca Femina *nya* *pake* cara apa *ni*? *Serius* *ni* kalau *ngga* pernah absen baca Femina?

Melisa

: Beli majalah Femina *aja* jarang *si* *sebenarnya*. Tapi mau tanya isi Femina tiap minggu *nya* aku pasti tau, *hahaha* (ungkapnya sambil bercanda). Untung *banget ni*, dari kuliah *kan* tiap ke perpustakaan bisa baca Femina. Sekarang kerja pun juga, di kantor tinggal baca *doank*, buat apa beli?

Etnografer

: Waktu kapan *si* *sebenarnya* yang kamu *gunain* buat bisa baca Femina?

Melisa

: Waktu *ngga* ada kerjaan lah ya, pas libur atau *nganggur* kalau udah pulang kantor, *kan* bisa dibawa pulang *tu* majalah gara-gara aku *kan* tinggal satu gedung sama kantor, tinggal *comot* aja. Atau kadang-kadang kalau lagi kepikiran mau ganti gaya buat ke kantor, *pengen* beli baju baru, seringnya buka-buka majalah-majalah dari yang lama *sampe* baru juga *si*, jadi *sebenarnya* *si* kapan aja bisa baca, asal *pengen*.

Etnografer

: Suka baca sendirian atau bareng temen?

Melisa

: *Sebenarnya* *si* suka kalau *rame-rame*, aku *kan* orangnya *ngga* bisa *tu* ya kalau disuruh kreatif *madu-maduin* baju dan gaya. Semua *nya* murni kreasi temen-temen tiap aku pergi dulu pas kuliah. Tapi sekarang di *mess* aja sendirian *gini*, paling yo sama *mba' e*. tapi *ga asik* *si*, *asik* an ma temen-temen.

Etnografer : Kenapa bisa tertarik baca Femina? Kalau majalah lainnya?

Melisa : Saya *tu* selalu suka lihat-lihat model-model baju di majalah, unik-unik. Kebetulan *aja* emang rutinnya baca Femina gara-gara ada di kantor, tapi kalau ada majalah lain saya juga suka kok bacanya.

Etnografer : Apa si efek dari baca rubrik *fashion and beauty* di majalah Femina buat gaya pakaian mu sendiri? Pasti nya ngikutin juga lah ya tiap gaya yang ada di situ?

Melisa : Gimana ya? berasa bisa seneng sendiri aja gitu kalau lihat model-model baju dan nambah info soal cara-cara ngerawat penampilan, jadi tahu kan ya. Tapi buat praktek nya sendiri si jarang dan bahkan *ga* pernah. Pengen si pake baju bagus yang kaya di majalah-majalah, tapi *males pake* nya, *ribet*. Malesnya nanti *kalo* udah terlanjur beli tapi akunya sendiri kan males *tu pake* yang *ribet-ribet* gitu, pa lagi yang cocoknya sama cewe yang *make up* dan *bener-bener* gaya. Ngga aku banget lah. Jadi walaupun aslinya suka dan pengen, tapi *ngga ah kalo ngikutin* tiap model yang aku suka di majalah itu.

Etnografer : Punya *badget* buat belanja keperluan kecantikan ga si tiap bulannya?

Melisa : Ngga, gaji *aja* mepet *nih*.

Etnografer : Emang udah kerja *gini* udah *ngga* minta sama orang tua sepenuhnya ya?

Melisa : *Hmmm*, tepatnya *si* udah *ga* mau. Tapi kalau *sampe kepepet banget* si masih juga, misal buat tiket pulang. Tapi keseharian udah *ngga*, pengen nya kan malah bisa ngasih mama papa *ma* adik-adik, *ngga* mau *ah* kalau masih minta cuma buat kebutuhan pribadi yang *ngga* begitu pokok *gitu*.

Etnografer : Deket ya sama mama nya?

Melisa : Deket banget, semua-mua nya cerita ke mama pokoknya, dulu *pas* kuliah hampir tiap hari tu telpon-teponan, sekarang aja agak jarang.

Maria

(adik Melisa) : Mungkin karena dia (Melisa) baru memiliki adik saat udah umur lima tahun ya? *Udah* gitu dari kecil *cece* (panggilan adik Melisa kepada Melisa) sakit-sakitan, jadi dimanja banget *deh*, *ga* bisa jauh dari mama.

- Etnografer : Liat siap-siap tiap pagi kalau mau berangkat kantor kok biasa aja si pakenya? *Hehe*, kan kalau di majalah-majalah tu kan penuh dengan aksesoris dan *full make up* gitu kan ya cie kalau orang-orang kantoran?
- Melisa : *He eh*, emang biasa aja, *ngapain* juga pake *ribet-ribet* gitu, kantor juga cuma tinggal turun tangga. *Make up*? Ngga bisa mon, malah kaya badut entar, malu-maluin diri sendiri aja, hahahahaha.. di kantor tu ya, juga pada biasa aja, kantornya kan biasa banget, buka tipe kantor-kantor elit juga si.
- Etnografer : Kalau misal ni ya cie, kalau kantor nya elit dan lingkungannya pada 'menor' semua, cie Mel juga *ngga* akan biasa gini *doank donk* kalau ke kantor?
- Melisa : Mungkin..
- Etnografer : *Kok* mungkin?
- Melisa : Iya, kan aku *tu bener-bener ngga* pernah bener kalau disuruh eksperimen soal kaya gitu. Dulu pas kuliah si belajar milih-milih gaya sendiri biar kelihatan modis, tapi *abis* itu tetep tanya ma temen, ma adik, dan sebagian hasil eksperimen pribadi itu pun *ngga* disetujui sama mereka, hahaha. Jadi kalau missal kerja di kantor elite gitu, *kalo* dapet penasehat *fashion* yang baik kaya waktu kuliah, mungkin aja aku berubah modis, tapi kalau *ngga* ada temen yang kaya gitu *ngga* tau juga yaaa...
- Etnografer : Kalau teman-teman dekat yang ada Jogja dulu bisa bareng-bareng lagi mungkin ga si penampilanmu berubah lagi juga? *Kalo* iya, berubah jadi gimana *donk* kira-kira?
- Melisa : Bisa dipastikan pasti berubah *deh*. Temen-temen *deket* yang ada di Jogja *tu bener-bener* selalu pengen bisa bareng-bareng tampil cantik dan jadi pusat perhatian *kalo* pergi, apalagi di Jakarta gini, bisa dipastiin *deh* mereka pasti susah payah buat bisa tampil modis, dan aku pun pasti akan terseret, kalo aku *ngga* terseret pasti juga udah didandani *abis-abisan* ma mereka.
- Etnografer : O ya, kalau baca majalah sukanya baca yang apanya dulu *cie*? Kenapa?
- Melisa : Pertama jelas zodiak. *Abis* itu suka baca tips, baru deh tu foto-foto bajunya. Ya emang suka nya aja begitu, *ngga* ada alesan pasti

- Etnografer : Cie Mel sendiri pernah *ga* punya bisnis jual baju atau apa *lah gitu*? Produk kecantikan mungkin..
- Melisa : *Ngga, ngga* bakat Mon. *ngga* suka juga nawar-nawarin barang. Tapi waktu dulu kos kan banyak tu temen di kampus yang pada jualan baju-baju gitu, kadang dititipin juga buat dijualin di kos ku dulu.
- Etnografer : Ada keuntungan apa tu waktu jualan gitu buat cie Mel?
- Melisa : Keuntungannya? *Ngga* ada, *ngga* di kasih bati juga. Rugi malah kalau dipikir-pikir, karena lihat model-model baju di depan mata, hasrat beli pun memuncak, boros *dah tu* malah, jadi aku yang jadi pembeli utamanya.
- Etnografer : Cie Mel, tahu *ngga* model rambut dan baju yang lagi *inn* sekarang?
- Melisa : Hmm... cewe kan ya? Kalau rambut sekarang pada banyak yang model panjang ngembang gitu ya, *nyesel* ni abis wisuda dulu aku malah potong rambut. Kalau baju yang bunga-bunga tu banyak banget di toko-toko baju. Di Femina juga sering *tu* ada gambarnya.
- Etnografer : Emang kalau di Femina baju-baju ma produk kecantikannya *merk-merk* semua gitu ya? Emang bagus beneran ya?
- Melisa : Iya lah, kalau *ngga* merk mana dimasukin majalah Mon. pastinya emang bagus *lah*. Mahaaal.
- Etnografer : Kalau cie Mel sendiri beli barang-barang *merk* gitu juga ga si?
- Melisa : *Ngga* Mon, *eman-eman*. Kalau baju si kadang-kadang, itu pun yang merk standart, *ngga* yang mewah-mewah. Kalau sandal sepatu gitu paling *merk-merk* Centro atau matahari, masi sekitar ratusan *lah* mon. ratusan aja ratusan yang rendah, *ngga* sampe juga lima ratus, *hehehe*... kalau *make up* dapet semuanya dari adik, dan itupun *ngga* pernah *kepake*.
- Etnografer : Misal ni ya cie, cie Mel pindah kerja gitu, terus gajinya naik pesat, lima jutaan *gitu*, bakal belanja-belanja barang mahal gitu *ngga*?
- Melisa : Mungkin iya. Pengen juga si Mon *sebenernya*. Tapi paling ya sekali-kali aja, *ngga* akan rutin, diirit uangnya, kan hidup *ngga* cuma butuh barang *gituan doank* Mon.



Novi

Etnografer : Sejak kapan si suka baca majalah Femina? Kok bisa suka?

Novi : Kalau tahu ada majalah Femina *si udah* sejak kecil ya, tapi kalau minat baca nya baru waktu kuliah. Itu pun *ngga* sengaja. Tadinya kan *males tu* ya baca majalahnya ibu-ibu. Tapi ada kakak kos ku dulu *tu* suka *banget tu* baca majalah Femina, *ngga* tau kenapa, tiap minggu nya pasti beli. Kerena *deket* sama kakak kos itu, *nemenin* beli kadang-kadang, kalau ngobrol di kamarnya jug abaca nya Femina. Jadi malah kalau *ngga* ada kerjaan atau bosen gitu bareng-bareng deh baca Femina, kadang-kadang malah gentian tu jadinya beli majalahnya. Sampe kaka kos ku itu lulus juga malah aku masi aja suka baca Femina, ke perpustakaan Cuma buat baca Femina, dan sekarang jadi beli deh tiap minggu.

Etnografer : Sebenarnya apa asiknya si baca Femina *sampe* yang tadinya *ngga* mau kok jadi suka banget gitu? jelasin *donk*.

Novi : Apanya ya... Nikmatin model-model baru yang lagi tren aja mungkin ya. *Seneng* aja kalau dapet info soal wanita gitu, apa lagi soal kecantikan. Meskipun Cuma sekedar liat orang lain yang *pake* tu ya di majalahnya, *tetep* aja udah seneng liatnya.

Etnografer : Kalau sekarang, biasanya beli teratur Femina nya *gimana?*

Novi : Ya kalau *pas* keluar rumah gitu aja. Kan di jalan-jalan sering tu ada tukang majalah, *kan* pasti ada Femina. Kalau *ngga* ya pas jalan-jalan di Mall gitu suka beli di toko buku. Di Toga Mas tu malah ada diskon sendiri. Kalau majalah gitu kan udah ada tarif harga pastinya, *ngga* akan ada yang kemahalan, *hehehe..*

Etnografer : Waktu kapan *si sebenarnya* yang kamu *gunain buat* bisa baca Femina?

Novi : Uuuh, banyak. Kan aku nganggur-nganggur aja tu, bisa tiap saat deh baca, baru beli juga bisa tu langsung abis baca semua nya langsung. Seringnya kalau lagi jaga warung kaya gini. Kalau *ngga* ada pembeli *kan* bosen tu ya, mau ditinggal masuk juga gimana. Kalau misal di warung lagi rame ya baca-baca kalau malam *udah* tutup warung atau pas udah mau tidur. Jadi bacaan pengiring tidur juga ni.

Etnografer : Suka baca sendirian atau *bareng* temen?

Novi : Sendiri lebih enak *ah*, bisa konsentrasi. Kecuali kalau majalah nya aku udah baca, terus ada temen yang baca, buat diskusi atau nunjukin model baju atau info yang menarik ke temen gitu asik juga. Tapi biasanya kalau baru aja beli dan belum baca, aku bacanya *diem-diem* aja, sendiri. Di rumah juga mau baca ma sapa, ngga ada temen juga.

Etnografer : Kenapa bisa tertarik baca Femina? Kalau majalah lainnya?

Novi : Suka baca juga si majalah-majalah lainnya, tapi kan kalau baca majalah remaja yang dibaca udah bukan info mode nya. Kalau majalah wanita kaya Femina *gini* kan emang yang dicari ya info kecantikannya, pas sama umur.

Etnografer : Apa si efek dari baca rubrik *fashion and beauty* di majalah Femina *buat* gaya pakaian mu sendiri? Pasti nya ngikutin juga lah ya tiap gaya yang ada di situ?

Novi : Kalau nambah informasi si berfungsi *banget*. Tapi kalau efek ke gaya berpakaianku, hmhhh.. *ngga lah* ya. Suka liat model-modelnya, tapi aku ngga tipe yang ngikutin model terus-terusan. Lebih suka baju-baju yang klasik dan sepanjang masa. Tp kalau dirasa ada yang cocok *si* mikir dulu, bisa modifikasi *pake* baju yang udah dipunya *ngga* nih, kalau bisa ya langsung coba. Kalau ngga ada yang bisa dimodifikasi baru deh mikir buat beli. Itu pun kalau ada yang *bener-bener* cocok di toko. Ngga ngebet-ngebet amat lah intinya. Mau *mejeng* buat siapa juga udah ada suami. *Hahahaha*

Etnografer : O iya, ko Hendra (suami Novi) udah berangkat kerja lagi ya? Di mana tu *cie*?

Novi : Iya, di Kalimantan..

Etnografer : Punya *badget* buat belanja keperluan kecantikan ga si tiap bulannya?

Novi : *Badget* khusus *si* *ngga* ada. Kalau beli kaya gituan atau buat potong rambut aja misalnya jarang *si*. Kalau pengen juga mendadak seringnya. *Ngga* terjadwal.

Etnografer : Kalau disuruh milih, milih beli barang-barang lain atau baju atau barang-karang kecantikan?

Novi : Tergantung kebutuhan juga si ya kaya gitu tu. Kalau lagi sering pergi atau sering ada undangan gitu ya lebih prioritas beli

perlengkapan kecantikan ma baju yang sesuai lah ya. Kalau lagi *nganggur-nganggur* aja kaya gini ni ya lebih milih beli barang-barang lain aja. Kemarin ni baru beli PSP ni, biar bisa buat mainan kalau *lagi nganggur*.

Etnografer : Kalau pergi-pergi gitu sering yang *macak gitu ngga to cie?*

Novi : *Ngga, biasa aja, ya kaya kemarin gitu Mon. gini-gini aja.*

Etnografer : Dulu kan pernah kerja di Jakarta kan ya? Waktu di Jakarta gimana tu?

Novi : Di Jakarta si dulu hampir setiap minggu ada aja model baju yang di beli, entah cuma *daleman* pun pasti ada. *Kalo* bedak udah hampir *abis aja tu ya*, mau itu tanggal tua belum gajian juga lebih milih makan seadanya *deh* dari pada *ntar* kehabisan bedak. Sekarang *mah* di Jogja santai, *ngga* pernah bedakan malah, *ngirit* nya *pake* banget lho. Bener. Makanya besok kalau udah lulus mikir panjang *deh* kerja di Jakarta.

Etnografer : Kalau misal ni ya cie, kalau di Jogja ni *ditawarin* kerja kantor gitu mau? Kenapa juga to cie milih buka warung makan? Kan suami juga kerjanya jauh tu, sepi kan di rumah?

Novi : Ya sepi, tapi ini kan perintah suami juga Mon. dia kan bisa cuti sewaktu-waktu *tu*. Pulang nya juga *ngga* bisa dijadwalin, tapi sering kok. Kalau kerja kantoran entar dia pulang aku nya masih kerja, *ngga* libur. Kapan bisa barengnya? Kalau buka bisnis sendiri gini kan mau libur kapan aja juga bisa mon, gitu.

Etnografer : O ya, kalau baca majalah sukanya baca yang apanya dulu cie? Kenapa?

Novi : Biasanya daftar isi dulu, yang menarik mana, itu deh yang dibaca duluan. Biasanya tips kecantikan si ya. Menarik soalnya tu info-info nya. Bisa buat pengetahuan pribadi, hehe

Etnografer : Cie Novi sendiri pernah ga punya bisnis jual baju atau apa lah gitu? Produk kecantikan mungkin..

Novi : *Ngga* pernah Mon, ribet harganya, bawa barang nya juga *ribet*. Belum lagi kalau yang beli *temen-temen* sendiri juga, pada minta diskon pasti, kalau *ngga* malah ada yang *ngutang*.. *duuuuh, ngga cucuk banget sama bati* nya.

Etnografer : Cie Novi, tahu *ngga* model rambut dan baju yang lagi *inn* sekarang?

Novi : *Tau donk*. Rambut panjang ikal gitu tu banyak banget. Suka nya, sekarang malah jarang ya rambutnya yang warna-warni. Rambut hitam akhirnya bisa juga jadi tren. Kalau baju kaya nya yang model-model *vintage* gitu deh. Kembali ke masa lalu. Tapi bagus si tu ya sebenarnya. Cuma kadang-kadang ada yang pantes dan ada yang *ngga*. Kan kebanyakan model kaya gitu bagusnya buat yang krempeng-krempeng, *eeh* ada yang *ngga* krempeng juga banyak yang maksa juga.

Etnografer : Emang kalau di Femina baju-baju ma produk kecantikannya *merk-merk* semua gitu ya? Emang bagus beneran ya?

Novi : Iya, iklannya *aja* kan udah produk-produk merk gitu. Kalau produk-produk ma baju-baju di liputannya si merk terkenal yang biasa-biasa aja ya. *Standart* menurutku.

Etnografer : Kalau cie Novi sendiri beli barang-barang *merk* gitu juga *ga* si?

Novi : Kadang-kadang iya Mon. *kan* jarang *tu* aku belanja. Jadi kalau ada yang *bener* disukai beli dah *tu*. Tambah mahal, tambah *bermerk* kan biasanya tambah awet juga.

Etnografer : Kalau misal ni ya cie, kalau *dapet* uang arisan atau rejeki tambahan gitu bakal belanja yang super banyak *ngga* si?

Novi : *Ngga* ah, ngapain belanja kalau *ngga* bener-bener suka donk.

Etnografer : Jadi, gimana si tipe belanja mu tu?

Novi : *Kalo* belanja baju tu beli aja yang klasik dan simpel, yang enak di *pake*. Wanita tu cuma butuh punya model rok beberapa macam, baju seksi juga perlu buat pergi ke tempat tertentu dan waktu-waktu tertentu, model celana juga yang terlihat bagus aja kalo dipakai. Kalo udah bagus kita pakai kan *ga usah ngikutin* model *macem-macem* lagi.

**Nonie**

Etnografer : Sejak kapan si suka baca majalah Femina? *Kok* bisa suka?

Nonik : Dari sejak tahun 2000an *kayanya*, sejak tinggal di Sukorejo *ngikut* suami. *Kan* mama (ibu mertua) suka baca majalah-majalah *gitu tu*, kalau lagi dirumah kan jadi juga buka-buka baca. *Eee* lama-lama ketagihan malah. Sekarang aku yang langganan sama looper koran.

Etnografer : Sebenarnya apa si yang bikin suka baca Femina? jelasin *donk*.

Nonik : Suka liat baju-baju nya tu lho, biar kalau belanja kan ada arahan buat beli yang *kaya* apa si. Terus kalau lagi pengen apa gitu juga bisa *dapet* info dari Femina. Bisa belajar juga tips-tips *make up*. Pokok nya banyak *kok* yang bisa aku *dapet* dan *pas banget* sama apa yang lagi aku *butuhin ee* ternyata ada di Femina.

Etnografer : Pernah absen baca Femina? Kenapa?

Nonik : *Ngga* pernah, selain tiap minggu udah pasti *dapet* Femina karena udah langganan, di rumah *ngga* ada kerjaan lain selain ngasuh anak-anak kalau *ngga* jaga toko ya ngapain lagi, baca majalah bisa buat hiburan juga si ya.

Etnografer : Waktu kapan si *sebenarnya* yang kamu gunain buat bisa baca Femina?

Nonik : Banyak si, bisa kalau lagi jaga toko, duduk aja di meja kasir kan bosan, baca majalah jadi kegiatan yang menyenangkan sekali. Cepet jadinya, tau-tau udah sore gitu aja. *Ngga kroso capek e*. kadang-kadang kalau abis *nidurin* siang anak-anak, *nganggur* juga baca-baca sambil ngemil pa nonton TV *gitu*.

Etnografer : Suka baca sendirian atau *bareng* temen?

Nonik : Sendirian lah ya. *Ngga* ada temen lagi. Di desa gini jarang temen yang bisa buat diskusi masalah *fashion* gini. Ada juga anak-anak. Baca sama anak-anak bukannya tambah asik malah ngganggu lha iya bener. Tapi kalau Tania *pas* di rumah si kadang baca sama dia, Tania udah *seneng begaye* kaya mama nya *gitu* deh. Kemayu. hehe

Etnografer : Kenapa bisa tertarik baca Femina? Kalau majalah lainnya?

Nonik : Dari aku SMP *emang udah seneng* baca majalah, kalau jaman SMP, SMA dulu kan bacanya ANEKA, GADIS, sampe udah jadi mama-mama gini juga seneng aja *ngikutin* majalah *gitu*, jadi tahu

banyak hal. Biar hidup nya di desa gini tapi tetep bisa menyesuaikan dengan gaya kota. Jadi kalau *ngambilin raport* Tania kan tetep bisa keliatan *oke*. Nah, kalau majalah yang dibaca pas jaman remaja tu sekarang udah ngga cocok baju-bajunya. Yang cocok ya tinggal majalah Femina ini. Gampang juga didapetnya.

Etnografer : Apa si efek dari baca rubrik *fashion and beauty* di majalah Femina buat gaya pakaian mu sendiri? Pasti nya ngikutin juga *lah* ya tiap gaya yang ada di situ?

Nonik : Iya, pasti itu. Aku tu ngga tahu kenapa paling gatel kalau soal beli-beli baju. Uang di dompet ngga krasan lama kalau udah liat baju atau sepatu atau hal *fashion* lainnya lah. Efeknya? Ngga banyak ya sebenarnya. Dasarnya emang akunya aja yang bener tergil-gila sama yang namanya belanja. Ngga mau ketinggalan. Lhah, majalah ni malah mendukung ni. Kan baca majalah gini jadi makin tau tu apa aja yang baru, tambah semakin ngikutin *deh* ni.

Etnografer : Suaminya pernah protes ga?

Nonik : Udah *ngga* protes lagi, udah melarang. Hahahaha.. tapi kan aku ada uang sendiri tu ya. Toko juga *ngga* sepenuhnya dikuasai suami, jadi gampang lah kalo soal 'nyolong-nyolong' kecil buat belanja. Yang seneng sama hasilnya kan juga dia juga *to*? Hahahahahaha.. abis ketauan kalau belanja lagi juga *ngga pa pa* kok.

Etnografer : Punya *badget* buat belanja keperluan kecantikan ga si tiap bulannya?

Nonik : *Ngga* pernah dipatok berapa per bulan si. Tapi dalam scbulan pasti ada beberapa baju baru yang masuk lemari, sepatu baru di rak, dan juga jatah tersendiri buat potong rambut dan perawatan wajah dan kulit.

Etnografer : Hobi belanja gini udah dari dulu atau gimana si?

Nonik : Pastinya udah dari sejak ngenal cowo jaman SMP dulu. Hehe.. aku anak cewe satu-satu nya juga. Jadi almarhum papa juga *seneng-seneng* aja kalau anaknya bisa jaga diri biar cantik. Dulu waktu bisnis keluarga agak jatuh si mikir tu gimana caranya biar tangan *ngga gatel*, tapi abis punya suami dan bisa cari uang sendiri malah tambah *ngga* bisa terkendali. Tapi seneng-seneng aja si. Kalau bisa kenapa *ngga to*? Hahahaha.

Etnografer : Kalau pergi keluar rumah *gitu* ngikutin mode gitu disesuaikan dengan keinginan atau larangan suami juga *ngga*?

- Nonik : Kalau Cuma jaga toko dan di Sukorejo *aja si ngga* modis-modis *amat*. Kalau misal ke luar kota gitu yaaaa harus *donk* ngeluarin koleksi-koleksi cantik. Suami si katanya *ngga* suka liat aku *pake* yang mini-mini gitu. Tapi asal perginya sama dia juga *oke-oke aja*. Disesuaikan *aja*.
- Etnografer : O ya, kalau baca majalah sukanya baca yang apanya dulu cie? Kenapa?
- Nonik : Suka baca info-info *make up*, *seneng* aja *tu ya liat* wajah orang bisa keliatan cantik gitu gimana caranya. Jadi penasaran ada info kaya gimana lagi kalau tiap *nrima* Femina baru.
- Etnografer : Cie Nonik sendiri pernah ga punya bisnis jual baju atau apa lah gitu? Produk kecantikan mungkin..
- Nonik : Pernah, ni sekarang baru jualan lewat BB. Lewat *group tu lho*. Dulu pernah lewat *facebook*. Karena kualahan kan kalau lewat komputer gitu diganggu *ma* anak-anak, jadi sekarang *pake* BB aja, lebih simpel.
- Etnografer : Ada keuntungan apa *tu* waktu jualan *gitu buat* cie Nonie?
- Nonik : Keuntungannya ya jelas mempermudah akses dan keinginan jiwa buat belanja tiap saat dan mendapat produk yang diinginkan setiap saat to ya. Sering *banget* tu kan ya ada model baju di majalah Femina tu kan *merk-merk* mahal terbaru *gitu*, jadi kan cari model yang baru di toko merk pun kadang-kadang juga belum keluar tu, jadi *kalo* pesen *kan* malah bisa lebih murah dan cepet bisa aku dapetin. *Gitu*.
- Etnografer : Cie Nonie, tahu *ngga* model rambut dan baju yang lagi *inn* sekarang?
- Nonik : Lagi model rambut panjang ngembang kan ya, kalau yang pendek pendek banget. Jarang model juga rambut di cat. Alami lagi naik daun ni kaya nya. Baju yang terkesan cuek-cuek gitu juga lagi banyak diminati. Kalau soal asesoris dan sepatu si *kayanya bau-bau blink-blink* masih jadi juaranya.
- Etnografer : *Emang* kalau di Femina baju-baju *ma* produk kecantikannya *merk-merk* semua gitu ya? *Emang* bagus *beneran* ya?
- Nonik : Iya *donk*, *merk standart* si. Tapi bagus kalau udah di pakai di majalah.

- Etnografer : Kalau cie Nonie sendiri beli barang-barang merk gitu juga ga si?
- Nonik : Iya, pokoknya gengsi juga berperan lah ya. Kalau sehari-hari si boleh mengutamakan nyaman, tapi kalau buat penampilan keluar, gengsi merk juga perlu diperhatikan.
- Etnografer : Selain buat cie Nonik sendiri, bisa buat info lain ga tu rubrik fashion di majalah Femina?
- Nonik : Di Femina kan ada juga tipe-tipe baju buat yang lebih muda dari aku tu, tren warna baju juga penting. Info-info seperti itu aku gunain buat anak pertamaku, Tania. Jadi dalam rubrik fashion dalam majalah Femina tu walaupun terkesannya Cuma buat perempuan-perempuan tua, tapi banyak banget info yang berguna untuk semua umur di dalamnya.
- Etnografer : Nah, untuk memenuhi hobi belanja itu, kan ngga bisa kalau semua lewat toko online gitu kan ya? Jadi gimana donk?
- Nonik : Paling ngga satu minggu sekali tu pasti ke Semarang, sering-sering nya malah bisa tiga hari sekali. Selain Semarang, sering juga ke Jogja, sekalian nengok Tania (Tania duduk di kelas sate SMP di SMP Stella Duce Yogyakarta). Habis bayangke wae nek ga pergi-pergi, di Sukorejo ga ada hiburan blas gini. Kalo ke Semarang kan bisa liat-liat baju, beli make up dan lain sebagainya.



## FEMINA'S PROFILE:

[www.femina.co.id](http://www.femina.co.id)

### ABOUT US

Femina provides timely and useful information covering all aspects of the lives of the modern Indonesian women. Femina provides guidance and inspiration for its readers, the modern women of Indonesia today those who live in the real world, aware of global trends but still value their identity as Indonesian women.

### Editorial Composition

- Fashion & beauty (25%)
- Culinary & Living (25%)
- Self improvement, career & personal finance (25%)
- Health & Fitness (15%)
- Relationship & Sex (10%)

### Femina Readers

- Are active women 25-35 years old
- Belong to the SES AB class
- Care about their appearances and avid trend followers
- Have high social mobility
- Are financially secure

### Demographics

- 94% SES: AB
- 90% career women or women entrepreneurs
- 71% 25-35 years
- 70% Education S1 - S2 - S3
- Status -> 70% married, 30% single

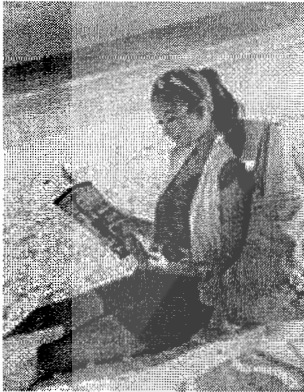
### Psychographic

- 98% Very concerned with appearance & a true follower of trends
- 74% Invest in property
- 97% Regard body care as important
- 70% Regularly having beauty treatments at salons & own homes
- 60% Make plans for children's education abroad
- 81% Have investments in mutual funds, insurance, stocks, bonds, etc.
- 41% Have independent income

### Readers of Femina are BUYERS, USERS and INFLUENCERS:

- 96% buy the recommended products in the magazine
- Frequently purchase products advertised on magazine (92%)
- Purchase products after trying the sample on the magazine (91%)

**Femina's readers are ideal for your products to reach. They are the perfect target for products including, but not limited to, fashion, beauty, food, beverages, personal finance, home decoration, real estate, household equipments or even technology (IT) products.**



Our event activities are also ideally suited for your marketing communication needs.

**CIRCULATION DATA -> 160,000 copies**

61% DKI Jakarta

8% of West Java

6% of Central Java & D.I. Yogyakarta

8% of East Java

7% Sumatra

3% Sulawesi

4% Kalimantan

2% Bali & Nusa Tenggara

1% Other

### **Advertising**

â€¢ Deadline: 3 weeks advance

â€¢ Rate: Rp 33,500,000

â€¢ Size: trim (21,4 cm x 28,4 cm) & bleed (22 cm x 29,2 cm)

â€¢ Not include VAT 10% (government tax). Tax will be added to the above rates with invoicing

### **Sales**

â€¢ Date of issue: Every week on Thursday

â€¢ Circulation: > 160,000 copies

â€¢ Cover price: Rp 17,500,-

## Events

### â€¢ Wajah Femina (Roadshow and Grand Final)

National-level competition models since 1986 who had given birth to hundreds of alumni, most of the actors in the entertainment and media industries homeland with pride in achievement.

### â€¢ Femina and Friends Networking-Sharing-Learning-having Fun

Being warm relationship with the community femina readers through various activities, which displays the actual topics of the world of women.

### â€¢ Seminar Kartini

Annual event every month of April. Showing topics of current empowerment of women in terms of business, entrepreneurs, career to modern family life. Shown in packaging talk show, workshops, bazaar or a combination.

### â€¢ Wanita Wirausaha

- Seminar
- Workshop
- Lomba UKM

## Community

â€¢ Milis : [femina-friends@yahoogroups.com](mailto:femina-friends@yahoogroups.com)

â€¢ Twitter : [www.twitter.com/feminamagazine](http://www.twitter.com/feminamagazine)

â€¢ Facebook : [www.facebook.com/feminamagazineindonesia](http://www.facebook.com/feminamagazineindonesia)

â€¢ Minisite : [www.wanitawirausaha.co.id](http://www.wanitawirausaha.co.id)

## Customer Service Division Femina Group

Division which was established by the needs of loyal readers of magazines Femina Group to gain direct access to the publisher.

Backed by a team of telemarketers, customer services, and courier or delivery network. This division also has a customer database femina magazine group very broad and diverse, and managed in a modern and professional.

## **For More Information**

â€¢ Editor in Chief:

Petty S. Fatimah

6221-5253816 ext. 4171

[Petty.Fatimah@feminagroup.com](mailto:Petty.Fatimah@feminagroup.com)

â€¢ Group Advertising Manager:

Erlinda Gutami

6221-5253816 ext. 3285

[erlinda.gutami@feminagroup.com](mailto:erlinda.gutami@feminagroup.com)

â€¢ Advertising Manager:

Sagita Utama

6221-5253816 ext. 4272

[Sagita.utama@feminagroup.com](mailto:Sagita.utama@feminagroup.com)

â€¢ Promotion Manager:

Sari Wardi Astuti

6221-5253816 ext. 3454

[sari.astuti@feminagroup.com](mailto:sari.astuti@feminagroup.com)

â€¢ Customer Service Division Femina Group:

Jln. Rawa Gelam II/4

Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta 13930

6221-46825555

[langganan@feminagroup.com](mailto:langganan@feminagroup.com)

**Other Strengths:**

â€¢ Editorial team and 4 pillars (Ads, activation, distribution, marketing): strong and integrated.

â€¢ Development of advanced information channels: Online, mobile, television, radio and other media derived from the Femina brand

â€¢ Access to a large, active of community of readers

â€¢ Extensive network of experts and organizations relevant to the world of women.

### Jadwal Kegiatan Melisa 14-19 April 2011

NO	Tanggal	Waktu	Kegiatan dan Catatan
1.	14 April 2011	Pukul 14.00	Etnografer tiba di tempat tinggal Melisa di Jakarta, Melisa masih bekerja. Etnografer pun meletakkan barang-barang dan pergi berjalan-jalan.
		Pukul 17.30	Melisa menyusul Etnografer yang sedang berjalan-jalan di komplek mangga dua.
		Pukul 19.00	Makan malam
		Pukul 20.30	Pulang ke mess tempat Melisa tinggal, mandi dan bersantai
		Pukul 22.00	Tidur
2.	15 April 2011	Pukul 07.15	Bangun tidur, bersiap ke kantor
		Pukul 09.00	Bekerja
		Pukul 17.10	Bersantai
		Pukul 18.20	Pergi ke Mall Taman Angrek
		Pukul 22.30	Pulang ke mess
		Pukul 01.00	Tidur
3.	16 April 2011	Pukul 08.00	Bangun tidur
		Pukul 08.40	Mandi dan sarapan
		Pukul 11.00	Pergi ke Mall Grand Indonesia
		Pukul 14.00	Pulang ke mess
		Pukul 15.30	Mandi
		Pukul 17.30	Pergi ke Central Park

		Pukul 21.00	Pulang ke mess
		Pukul 22.30	Tidur
4.	17 April 2011	Pukul 06.10	Bangun tidur, siap-siap
		Pukul 07.30	Pergi ke gereja
		Pukul 09.00	Kursus mandarin
		Pukul 11.00	Pulang ke mess, makan siang
		Pukul 13.30	Jalan-jalan ke Mangga dua
		Pukul 19.00	Pulang ke mess
		Pukul 21.30	Tidur
5.	18 April 2011	Pukul 07.30	Bangun tidur
		Pukul 07.50	Mandi dan bersiap-siap, sarapan
		Pukul 09.00	Berangkat kerja
		Pukul 17.10	Pulang ke mess
		Pukul 19.00	Bersantai
		Pukul 22.00	Tidur
6.	19 April 2011	Pukul 07.00	Bangun tidur
		Pukul 08.20	Bersiap berangkat kerja
		Pukul 09.00	Berangkat kerja
		Pukul 11.00	<i>Etnografer pulang ke Yogyakarta</i>

### Jadwal Kegiatan Novi 19-25 Maret 2011

No	Tanggal	Waktu	Keterangan dan Catatan
1.	19 Maret 2011	Pukul 09.30	Etnografer datang ke rumah Novi
		Pukul 10.00	Etnografer dan Novi bersantai sambil menjaga rumah makannya.
		Pukul 13.50	Pergi mengantar pesanan d dekat rumah Novi
			Rumah makan tutup
		Pukul 19.30	Makan malam sambil menonton televisi.
		Pukul 20.00	Bersantai sambil menonton televisi.
		Pukul 20.20	Tidur
		Pukul 23.30	
2.	20 Maret 2011	Pukul 06.30	Bangun tidur
		Pukul 06.50	Pergi ke pasar untuk berbelanja
		Pukul 08.00	Memasak dan bersiap-siap
		Pukul 10.00	Bersantai sambil menjaga rumah makannya
		Pukul 13.00	Makan siang
		Pukul 15.00	Rumah makan tutup
		Pukul 15.30	Mandi dan bersiap-siap pergi ke gereja
		Pukul 17.30	Pergi ke gereja
		Pukul 18.15	Pulang dari gereja, mampir ke kos teman Novi untuk sekedar bercerita dan pergi makan malam bersama.
		Pukul 21.40	Pulang ke rumah Novi
		Pukul 22.00	Tidur

3.	21 Maret 2011	<p>Pukul 06.00</p> <p>Pukul 06.30</p> <p>Pukul 08.00</p> <p>Pukul 08.20</p> <p>Pukul 11.30</p> <p>Pukul 17.30</p> <p>Pukul 18.00</p> <p>Pukul 18.30</p> <p>Pukul 19.45</p> <p>Pukul 20.00</p> <p>Pukul 23.00</p>	<p>Bangun tidur</p> <p>Pergi berenang (hari ini Novi tidak pergi berbelanja karena bahan makanan untuk rumah makannya masih cukup persediaannya)</p> <p>Pulang ke rumah</p> <p>Memasak dan membereskan rumah</p> <p>Pergi ke kos temannya (tempat Novi pernah nge-kost dulu untuk meminjam card reader, saat ngobrol ternyata mereka tahu jika ada diskon di ambarukmo plaza, Novi dan temannya pun pergi ke Ambarukmo Plaza)</p> <p>Pulang ke rumah Novi (berpisah dengan teman Novi saat keluar dari Ambarukmo Plaza)</p> <p>Mandi</p> <p>Menjaga toko sambil makan malam dan bersantai</p> <p>Rumah makan tutup</p> <p>Menonton televisi sambil bersantai</p> <p>Tidur</p>
4.	22 Maret 2011	<p>Pukul 05.10</p> <p>Pukul 05.30</p> <p>Pukul 07.00</p> <p>Pukul 09.00</p> <p>Pukul 10.30</p> <p>Pukul 15.30</p>	<p>Bangun tidur</p> <p>Pergi ke pasar untuk berbelanja</p> <p>Memasak dan bersiap-siap (sambil mandi dan beres-beres rumah)</p> <p>Menjaga rumah makan</p> <p>Pergi berbelanja ke Carefour sambil berjalan-jalan di Amplas</p> <p>Pulang ke rumah</p>



		Pukul 19.00	Rumah makan tutup
		Pukul 19.15	Menonton televisi sambil bersantai
		Pukul 20.00	Chatting lewat internet
		Pukul 00.30	Tidur
5.	23 Maret 2011	Pukul 07.00	Bangun tidur
		Pukul 07.40	Memasak
		Pukul 09.30	Pergi membeli lauk untuk makan sarapan
		Pukul 10.15	Pulang ke rumah Novi
		Pukul 11,00	Menjaga rumah makan sambil bermain internet dan terkadang bersantai sambil menonton televisi
		Pukul 19.30	Rumah makan tutup
		Pukul 19.45	Makan malam sambil menonton televisi dan bersantai
		Pukul 22.00	Tidur
6.	24 Maret 2011	Pukul 05.30	Bangun tidur
		Pukul 06.00	Memasak
		Pukul 08.30	Bersantai sambil bermain komputer dan menjaga rumah makannya
		Pukul 11.00	Makan siang
		Pukul 12.00	Menjaga rumah makan
		Pukul 19.00	Rumah makan tutup
		Pukul 19.15	Makan malam sambil menonton televisi
		Pukul 20.10	Bersantai
		Pukul 23.00	Tidur
7.	25 Maret 2011	Pukul 05.00	Bangun tidur
		Pukul 06.00	Pergi berenang

		Pukul 08.00	<i>Etnografer pulang ke kos</i>
--	--	-------------	---------------------------------

### Jadwal Kegiatan Nonie 21-25 April 2011

No	Tanggal	Waktu	Keterangan dan Catatan
1.	21 April 2011	Pukul 07.30	Etnografer datang ke rumah Nonik
		Pukul 07.40	Bermain dengan Cleo (anak ke-3 Nonik)
		Pukul 08.20	Pergi ke toko
		Pukul 08.30	Menjaga toko sambil bergurau dan bersantai (Tania anak pertama Nonik pulang dari Jogja – Libur Paskah)
		Pukul 12.30	Pulang, makan siang, bersantai dan bersiap mandi
		Pukul 18.00	Pergi ke Gereja untuk merayakan hari Kamis Putih
		Pukul 21.00	Pulang ke rumah
2.	22 April 2011	Pukul 08.00	Etnografer datang ke toko (Nonik sudah berada di toko tersebut bersama suami dan Cleo)
		Pukul 11.00	Pulang kerumah untuk menyiapkan makan siang untuk Kentaro (anak ke dua Nonik) dan Cleo.
		Pukul 13,30	Menina bobokan kentaro dan Cleo
		Pukul 14.10	Mandi dan bersiap-siap
		Pukul 15.00	Pergi ke Gereja untuk merayakan Jumat Agung
		Pukul 17.00	Menyiapkan makan malam dan susu untuk Kentaro dan Cleo
		Pukul 17.40	Pergi ke Semarang
		Pukul 18.30	Tiba di Semarang

		Pukul 19.00 Pukul 20.15 Pukul 22.00 Pukul 23.15	Potong rambut Jalan-jalan ke Mall dan berbelanja Perjalanan pulang ke Sukorejo Tiba di Sukorejo
3.	23 April 2011	Pukul 07.30 Pukul 09.00 Pukul 11.30 Pukul 13.00 Pukul 14.00 Pukul 15.30 Pukul 15.45 Pukul 17.00 Pukul 17.30 Pukul 18.30 Pukul 22.00	Etnografer datang ke rumah Nonik (Nonik sedang menyuapi makan Cleo sambil mengawasi Kentaro makan) Bermain bersama Cleo dan Kentaro Makan siang Menina bobokan Cleo dan Kentaro Pergi ke toko Pulang dari toko Menyiapkan makan malam Makan malam Mandi dan bersiap-siap, (menyiapkan susu untuk Cleo dan Kentaro) Pergi ke Gereja untuk merayakan malam Paskah Pulang ke rumah
4.	24 April 2011	Pukul 08.00 Pukul 10.50 Pukul 12.30 Pukul 14.00	Etnografer datang ke toko (Nonik sudah disana bersama Cleo dan Kentaro. Cleo dan Kentaro sedang asik bermain bersama pegawai toko, dan Nonik sedang sibuk dengan <i>blackberry</i> nya) Pulang ke rumah untuk makan siang Tidur siang bersama Cleo dan Kentaro Bangun tidur, mandi, dan bersiap-siap Pergi ke Semarang bersama keluarga (suami, Tania, Kentaro, Cleo, dan adik ipar Nonik)

		Pukul 17.00	Tiba di Semarang
		Pukul 17.30	Pergi ke Mall
		Pukul 20.00	Makan malam dan berjalan-jalan di Semawis Semarang
		Pukul 22.00	Perjalanan pulang ke Sukorejo
		Pukul 23.20	Tiba di Sukorejo
5.	25 April 2011	Pukul 09.00	Etnografer datang ke toko Nonik (Nonik sendirian sedang membaca majalah dan bermain handphone)
		Pukul 12.00	Pulang makan siang (Tania, Kentaro, dan Cleo pulang dari bermain ke rumah neneknya).
		Pukul 13.00	Tidur siang
		Pukul 14.30	Bangun tidur siang, menyiapkan susu untuk Kentaro dan Cleo
		Pukul 15.45	Memandikan Kentaro dan Cleo
		Pukul 17.00	Menyiapkan makan malam
		Pukul 20.00	Menina bobokan Cleo
		Pukul 21.30	<i>Etnografer Pulang</i>

