

Resepsi Politik Perempuan terhadap Program *Perempuan Bicara* di tvOne

Safa Alifianisa, Elva Ronaning Roem*, Novi Elian

Universitas Andalas, Padang, Indonesia

*elvarona@soc.unand.ac.id

Artikel

Submitted: 28-10-2024

Reviewed: 07-12-2025

Accepted: 03-05-2025

Published: 23-05-2025

DOI: 10.32509/wacana.v24i1.4600



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24
No. : 1
Bulan : Juni
Tahun : 2025
Halaman : 48-61

Abstract

The study analyzes the meaning that female audiences derive from the Perempuan Bicara program on tvOne, specifically the episode titled "Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan." This episode discusses women's participation in the 2024 election, focusing on their readiness to use their voting rights, the perspectives of young voters, and the political engagement of women. The research employs a qualitative approach with data collection methods including interviews, observations, and documentation, involving six informants who are students from the Faculty of Social and Political Sciences at Andalas University. The results show that the meaning derived by female audiences from the program is influenced by the informants' backgrounds and experiences. The female students who participated in the study interpret the messages in the program based on the relevance of the issues discussed to their lives, their interest in politics, and the social contexts they experience. For some informants, the program provides new insights into the importance of women's roles in politics, especially as the 2024 election approaches. They believe that the discussions in this episode strengthen awareness of women's voting rights. However, some informants feel that the discussions are somewhat superficial and lack critical exploration of fundamental issues facing women.

Keywords: Reception Analysis; Mass Communication; Audience Reception; Women's Talk Program; Election

Abstrak

Pada penelitian menganalisis pemaknaan khalayak perempuan terhadap program *Perempuan Bicara* di tvOne, khususnya episode *Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*. Episode tersebut membahas partisipasi perempuan dalam Pemilu 2024, dengan fokus pada kesiapan menggunakan hak pilih, perspektif pemilih muda, dan keterlibatan politik perempuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta melibatkan enam informan dari mahasiswi FISIP Universitas Andalas. Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan khalayak perempuan program acara dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman informan. Mahasiswi FISIP Universitas Andalas, yang menjadi informan penelitian, memaknai pesan dalam program berdasarkan relevansi isu yang dibahas dengan kehidupan mereka, minat terhadap politik, serta konteks sosial yang mereka alami. Bagi sebagian informan, program ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya peran perempuan dalam politik, terutama menjelang Pemilu 2024. Mereka menilai bahwa diskusi dalam episode tersebut memperkuat kesadaran akan hak pilih perempuan. Namun, beberapa informan merasa bahwa pembahasan masih terlalu dangkal dan tidak cukup kritis dalam mengeksplorasi isu-isu mendasar yang dihadapi oleh perempuan. Program ini dianggap mampu membangun kesadaran politik dan meningkatkan pengetahuan khalayak, tetapi pemaknaan terhadap pesan cenderung beragam, tergantung pada kemampuan informan untuk menginterpretasikan informasi secara mendalam.

Kata Kunci: Analisis Resepsi; Komunikasi Massa; Resepsi Khalayak; Program *Perempuan Bicara*; Pemilu.

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 menjadi pesta demokrasi terbesar dalam sejarah Indonesia, menandai momen penting dalam proses regenerasi kepemimpinan nasional. Dalam pemilu ini, masyarakat Indonesia dihadapkan pada pilihan calon pemimpin yang akan menentukan arah pembangunan nasional ke depan. Dengan jumlah pemilih yang mencapai lebih dari 200 juta jiwa, pemilu ini tidak hanya menjadi ajang kontestasi politik, tetapi juga menjadi indikator sejauh mana demokrasi di Indonesia telah berkembang secara inklusif.

Dalam era informasi saat ini, media massa, khususnya televisi, memainkan peran sentral dalam membentuk opini publik dan persepsi masyarakat terhadap realitas politik. Televisi tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi medium yang membentuk cara pandang audiens terhadap dunia dan isu-isu yang ada di dalamnya (Hadriyotopo, 2018). Pesan-pesan politik yang disampaikan melalui program-program televisi menjelang pemilu sangat memengaruhi preferensi politik masyarakat. Namun, pemahaman audiens terhadap isi media sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan identitas mereka (Rizki, 2020), menjadikan resepsi media sebagai objek penting untuk diteliti.

Partisipasi perempuan dalam politik merupakan isu global yang terus menjadi sorotan dalam upaya mewujudkan pemerintahan yang inklusif dan representatif. IPU sebagai lembaga pantau komposisi parlemen di seluruh dunia merilis data mengenai keterwakilan perempuan dalam politik, yaitu rata-rata global keterwakilan perempuan di parlemen di angka 26,9%. Lebih dari 130 negara telah menerapkan kuota gender, tren global menunjukkan adanya kemajuan bertahap dalam keterwakilan perempuan di politik. Sementara itu, Indonesia (DPR RI) dari hasil Pemilu 2019 masih diangka 21% dan diharapkan meningkat di Pemilu 2024 tetapi realisasinya belum signifikan, dimana masih kurang dari 30%. Tantangan struktural dan kultural masih menghambat keterlibatan perempuan sebagai pengambil keputusan politik.

Salah satu isu penting dalam Pemilu 2024 adalah keterlibatan perempuan dalam politik, baik sebagai pemilih maupun sebagai calon legislatif. Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan bahwa jumlah pemilih perempuan mencapai 51% atau sekitar 101 juta jiwa. Meskipun demikian, keterwakilan perempuan di parlemen belum pernah mencapai 30% (Latief, 2021). Rendahnya partisipasi ini tidak hanya dipengaruhi oleh sistem politik dan struktur partai, tetapi juga oleh budaya patriarki dan dominasi politik maskulin yang masih kuat (Subiakto, 2014). Partisipasi perempuan dalam politik sangat penting untuk mewujudkan lingkungan parlemen adil, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan semua kelompok masyarakat.

Isu keterwakilan dan peran perempuan dalam politik diangkat dalam salah satu program televisi bertajuk *Perempuan Bicara* yang disiarkan oleh tvOne, khususnya dalam episode berjudul *Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*. Episode tersebut dimoderatori oleh Balques Manisang dan narasumber dari latar belakang beragam, yaitu Prof. Siti Zuhro (peneliti politik BRIN), Sherly Annavita (selebgram), Asfinawati (aktivis hukum dan HAM), dan Feni Rose (selebriti). Diskusi mencakup hak politik perempuan, kesiapan dalam menggunakan hak pilih, dan penilaian terhadap program kerja calon pemimpin terkait isu perempuan.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kelompok mahasiswa FISIP Universitas Andalas sebagai representasi perempuan muda terdidik dan bagian dari pemilih pemula memahami dan menginterpretasikan pesan-pesan yang disampaikan dalam tayangan tersebut. Kelompok ini dipilih karena mereka memiliki pengetahuan dasar tentang politik, kesadaran gender, serta peran strategis sebagai bagian dari generasi muda yang akan menjadi tulang punggung demokrasi ke depan (Roem, 2019).

Untuk menganalisis bagaimana pesan media diterima dan ditafsirkan oleh audiens, penelitian ini menggunakan Teori Resepsi dari Stuart Hall, menekankan bahwa komunikasi media bukan proses satu arah, di mana audiens hanya menerima pesan secara pasif. Sebaliknya, audiens aktif dalam membentuk makna berdasarkan latar belakang, nilai, dan pengalaman mereka sendiri. Model *sirkuit*

komunikasi Hall menjelaskan bahwa ada kemungkinan perbedaan antara makna yang dimaksudkan oleh produsen media dan makna yang diinterpretasikan oleh audiens (Abdullah, 2019).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sering kali belum memberi ruang memadai terhadap isu perempuan dalam politik dalam penelitian (Widyaningrum, 2020), juga kondisi yang tidak signifikan atas partisipasi politisi perempuan dalam program televisi banyak perempuan hanya dijadikan simbol pemenuhan kuota politik tanpa peran substantive dalam penelitian (Latief, 2021). Sementara itu, (Rusianti, 2022) menekankan pentingnya pemilu yang inklusif untuk menjamin partisipasi semua kelompok, termasuk perempuan. Namun, sejauh ini masih sedikit penelitian yang menelaah bagaimana audiens, khususnya mahasiswa sebagai calon intelektual muda dan bagian dari generasi muda, memahami representasi perempuan dalam media politik. Tiga penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada analisis isi dan kebijakan, bukan pada bagaimana khalayak, terutama kelompok terdidik seperti mahasiswi, menanggapi atau menginterpretasikan pesan media. Padahal, pemahaman audiens terhadap representasi dalam media penting untuk menilai sejauh mana media dapat membentuk kesadaran politik perempuan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berusaha untuk mengisi kekosongan kajian dengan mengamati bagaimana mahasiswi FISIP Universitas Andalas memaknai tayangan Perempuan Bicara yang disiarkan oleh tvOne. Tayangan ini dipilih karena konsisten menyoroti peran aktif perempuan dalam bidang politik. Dengan menggunakan pendekatan studi resepsi khalayak, penelitian ini menghadirkan sudut pandang yang berbeda dalam kajian media dan politik, dengan menitikberatkan pada proses penafsiran pesan oleh audiens, bukan hanya pada isi tayangan itu sendiri. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat tergambarkan bagaimana media mempengaruhi, memperkuat, atau bahkan tidak berdampak dalam membentuk kesadaran politik di kalangan perempuan muda akademis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana mahasiswi FISIP Universitas Andalas, sebagai kelompok terpelajar, merespons dan memaknai tayangan *Perempuan Bicara* di tvOne sebuah program yang membahas keterlibatan perempuan dalam politik. Pendekatan ini menawarkan sudut pandang baru dalam studi media dan politik karena menyoroti proses pemaknaan oleh audiens yang memiliki latar belakang beragam, bukan sekadar isi pesan media.

Dengan menggunakan pendekatan Teori Resepsi Stuart Hall, penelitian ini menggeser fokus dari isi media ke proses interpretasi oleh audiens, sehingga mampu menangkap kompleksitas makna yang dibentuk melalui interaksi antara pesan media dan latar belakang sosial audiens. Kelompok mahasiswi FISIP Universitas Andalas sebagai objek penelitian menjadi relevan karena mereka merepresentasikan segmen masyarakat yang tidak hanya memiliki pengetahuan politik dasar dan kesadaran gender, tetapi juga berada dalam posisi strategis sebagai generasi penerus demokrasi.

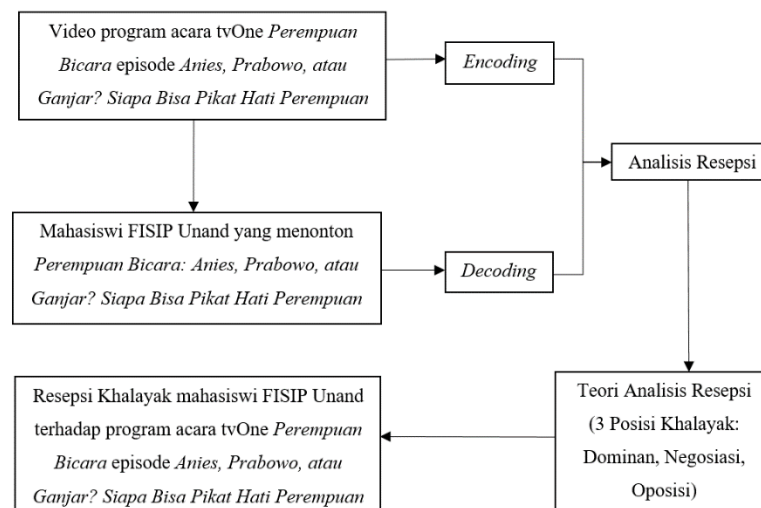
Objek penelitian berupa tayangan televisi *Perempuan Bicara* di tvOne menjadi sangat relevan karena secara eksplisit mengangkat isu keterwakilan perempuan dalam politik pada momen strategis menjelang Pemilu 2024. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana mahasiswi FISIP Universitas Andalas memahami dan menginterpretasikan pesan mengenai isu perempuan dalam politik yang disampaikan dalam tayangan *Perempuan Bicara* di tvOne?. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswi FISIP Universitas Andalas menerima dan menginterpretasikan tayangan televisi mengenai isu perempuan dalam politik dan untuk mengidentifikasi pengaruh latar belakang sosial, pendidikan, dan pandangan politik terhadap cara mereka memahami pesan media. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi literatur mengenai representasi perempuan dalam politik, tetapi juga memperluas cakupan studi media dengan menggali aspek resepsi audiens yang selama ini belum banyak disentuh dalam konteks politik Indonesia kontemporer.

METODOLOGI

Peneliti mengkaji bagaimana makna diterima dari karakteristik yang ditetapkan, yang dikonstruksi dalam tayangan program acara melalui pendekatan analisis resepsi. Proses *encoding* menggambarkan tahapan dari sisi media, di mana pesan disusun agar memiliki makna tertentu dan

dapat dipahami oleh audiens. Sementara itu, proses *decoding* menjelaskan bagaimana audiens menangkap dan menafsirkan pesan tersebut berdasarkan latar belakang serta pengalaman pribadi mereka, yang turut membentuk cara mereka memahami realitas sosial (Hall, 2012).

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik *coding* yang dilakukan melalui tiga tahap menurut Corbin (2014). Tahap pertama adalah *open coding*, yaitu proses mengidentifikasi dan mengkategorikan informasi awal yang diperoleh dari data kualitatif seperti transkrip wawancara. Tahap kedua adalah *axial coding*, di mana hubungan antara kategori atau kode mulai dibangun. Tahap terakhir adalah *selective coding*, yakni penyatuan seluruh kategori ke dalam satu kategori utama yang dapat menjelaskan hubungan antar kode secara menyeluruh.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber: Olahan peneliti, 2024)

Gambar 1 merujuk pada kerangka pemikiran yang membahas jalur pemikiran berdasarkan proses penelitian yang dilakukan. Proses *encoding* menggambarkan tahapan dari sisi media, di mana pesan dirancang agar memiliki makna tertentu yang ingin disampaikan kepada khalayak. Sementara itu, proses *decoding* terjadi dari sisi audiens, yakni bagaimana mereka menafsirkan pesan yang disampaikan oleh media berdasarkan latar belakang, tindakan, dan identitas sosial mereka dalam masyarakat.

Khalayak merupakan individu, kelompok, atau massa yang menjadi target dalam proses penyampaian pesan oleh komunikator (Cangara, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti mempertimbangkan aspek diskursus yang meliputi proses pembentukan makna, ciri-ciri individu, cara mereka memaknai pesan, serta pengalaman pribadi yang turut membentuk pemahaman audiens terhadap informasi yang diterima (Hernawan, 2023). Dalam menginterpretasikan sebuah makna, khalayak memiliki kemampuan untuk memahami pesan yang disampaikan dalam program terkait isu-isu politik yang ada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti memainkan peran utama karena sifat subjektif dari penelitian kualitatif yang lebih berfokus pada hubungan sebab-akibat daripada generalisasi (Kriyantono, 2020). Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh gambaran secara terperinci mengenai pemaknaan pesan yang disampaikan oleh program tersebut, sebagaimana dikonstruksi oleh khalayak perempuan melalui pesan media.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan tiga metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi (Afrizal, 2017). Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan mahasiswi FISIP Universitas Andalas yang memenuhi kriteria sebagai informan, dengan fokus penelitian di Kota Padang. Informan dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, yaitu mahasiswi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Andalas, yang memiliki latar belakang dan pengalaman

beragam yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih enam informan yang memenuhi kriteria serta kategori yang telah ditetapkan.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Informan	Umur	Kategori
1	Informan 1 (FP)	21 Tahun	- Studi Ilmu Komunikasi - Tertarik akan berita politik di media massa
2	Informan 2 (FA)	21 Tahun	- Studi Hubungan Internasional - Aktif mengikuti organisasi internal kampus
3	Informan 3 (AM)	22 Tahun	- Studi Sosiologi - Tertarik akan riset dan penelitian di bidang politik
4	Informan 4 (MD)	21 Tahun	- Studi Ilmu Politik - Tertarik akan riset dan penelitian di bidang politik
5	Informan 5 (SP)	21 Tahun	- Studi Administrasi Publik - Aktif mengikuti organisasi eksternal kampus
6	Informan 6 (AR)	20 Tahun	- Studi Antropologi - Tertarik akan berita politik di media massa

(Sumber: Olahan peneliti, 2024)

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan informan dan penerapan *preferred reading*, di mana peneliti memilih tiga cuplikan video untuk dijadikan sebagai representasi makna dominan. Sementara itu, data sekunder terdiri dari berbagai sumber, seperti buku komunikasi, jurnal komunikasi, berita acara yang relevan, serta profil *talk show Perempuan Bicara*. Penelitian ini menggunakan Teori Analisis Resepsi untuk mengidentifikasi karakteristik dan latar belakang informan dengan mengevaluasi pemaknaan atau persepsi informan terhadap pesan secara aktif. Asumsi dasar dari Teori Resepsi meliputi makna bersifat cair, pemahaman khalayak sebagai elemen penting, dan negosiasi antar produsen dengan konsumen yang dapat membuka inti dari makna teks media secara realita (Mack, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Program Perempuan Bicara adalah talk show di tvOne yang pertama kali ditayangkan pada 19 September 2020. Program ini mengusung konsep diskusi yang membahas berbagai isu terkait perempuan, dengan menghadirkan moderator dan narasumber dari beragam latar belakang untuk mengulas fenomena terkini yang berkaitan dengan dunia perempuan. Meskipun disajikan dengan gaya bincang santai dan menghibur, program ini tetap berfokus pada kajian mendalam tentang tema-tema penting dan kritis, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2.

Penelitian ini mengambil salah satu episode yang ditayangkan pada 5 Mei 2023, dengan judul "Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan." Episode tersebut membahas peran strategis pemilih perempuan dalam meningkatkan perolehan suara pada Pemilu 2024. Sebagai data utama, penelitian ini menggunakan tiga cuplikan video yang merepresentasikan makna dominan, yakni kesiapan perempuan dalam menggunakan hak pilihnya secara signifikan pada Pemilu 2024, pandangan generasi muda terhadap penggunaan suara tersebut, cara audiens menginterpretasikan tayangan yang

mereka tonton, kaitannya dengan kampanye politik, serta kemampuan dunia politik dalam menarik minat pemilih perempuan pada pemilu mendatang.



Gambar 2. Episode *Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*
(Sumber: www.youtube.com, 2023)

Wawancara dilakukan bersama dengan 6 informan yang memiliki latar belakang beragam, yaitu 2 mahasiswi yang juga bekerja, 3 mahasiswi yang aktif dalam kegiatan organisasi, serta 1 mahasiswi jalur *fast track*. Pengelompokan ini mengacu pada Teori Analisis Resepsi, yang menekankan bahwa pemaknaan dari pihak audiens tidak sepenuhnya dibentuk oleh media, melainkan lebih banyak dipengaruhi oleh latar belakang individu yang beragam (Hall, 2012). Fokus pada latar belakang ini, termasuk pengalaman dan pengetahuan masing-masing audiens, bertujuan untuk memahami cara setiap informan menafsirkan pesan yang disampaikan.

Pemaknaan Khalayak terhadap Program *Perempuan Bicara* Episode *Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*?

Program *Perempuan Bicara* menghadirkan berbagai topik setiap minggu yang berkaitan dengan isu-isu perempuan dalam masyarakat, seperti politik, pernikahan, karier, dan isu-isu terkini. Penelitian ini difokuskan pada analisis pemaknaan audiens terhadap kontribusi perempuan dalam Pemilu 2024, bagaimana masyarakat memaknai program tersebut, serta kapabilitas politik dalam menjangkau kelompok perempuan. Analisis dilakukan dengan melihat pandangan informan yang memiliki latar belakang beragam pada episode *Anies, Prabowo, atau Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*?

1. Pandangan Informan tentang Partisipasi Perempuan di Pemilu 2024 yang Cenderung Pasif

Informan FP merasa bahwa meskipun pemilih perempuan dan pemilih muda merupakan kelompok dominan, banyak dari mereka yang kurang menyadari urgensinya. Banyak yang cenderung pasif atau termasuk dalam kelompok *fear of missing out* (FOMO) yang hanya mengikuti tren. FP berpendapat bahwa sebelum menonton atau memilih, para pemilih perlu diberi pendidikan dan informasi terlebih dahulu. Menurut FP, tiga indikator yang disebut oleh narasumber Sherly, yaitu mengecek rekam jejak, keberpihakan, dan program kerja calon, penting untuk diperhatikan, namun belum sepenuhnya diterapkan oleh pemilih perempuan.

Informan AR, dengan latar belakang yang berbeda, berpendapat bahwa terlepas dari siapa yang terpilih, tidak banyak yang akan berubah dalam hal keterwakilan perempuan dalam politik. AR merasa bahwa tidak ada perubahan signifikan dan keterwakilan perempuan tetap tidak memberikan dampak besar. Menurutnya, masalah politik dinasti yang masih dominan di Indonesia juga menghambat kemajuan kesejahteraan perempuan.

2. Pandangan tentang Dominasi Kelompok FOMO di Pemilu 2024

Informan FA menilai bahwa meskipun perempuan mencakup 51% dari total pemilih, hal ini tidak serta-merta mencerminkan kesadaran politik yang tinggi. Menurut FA, jarang ada visi dan misi calon presiden yang secara jelas berfokus pada kesejahteraan perempuan. FA berpendapat bahwa penting untuk menekankan kepentingan perempuan agar dominasi mereka dalam jumlah pemilih tidak sia-sia. Banyak perempuan masih memilih berdasarkan perasaan atau mengikuti tren tanpa pemahaman politik yang mendalam. FA menyarankan agar pihak yang memiliki kekuasaan membantu meningkatkan kesadaran dan keterlibatan perempuan dalam politik.

Banyak perempuan cenderung mengikuti perasaan, terutama di kalangan mahasiswa yang meskipun tidak memahami politik atau merasa tidak ada kepentingan, akhirnya menjadi bagian dari kelompok *fear of missing out* (FOMO). Kesadaran akan hal ini sangat diperlukan, terutama dengan adanya dukungan dari pihak pemerintah yang memiliki kekuasaan. Menurut Fatim, setiap kementerian perlu mengembangkan kebijakan yang berfokus pada perempuan, sekaligus bertujuan untuk meningkatkan kesadaran di kalangan perempuan dan menekankan pentingnya narasi tentang urgensi keterlibatan perempuan dalam pembangunan suatu negara.

3. Pandangan tentang Partisipasi Perempuan sebagai Pemenuhan Hak Memilih

Informan MD menyatakan bahwa perempuan, sebagai kelompok pemilih dominan, harus menyadari pentingnya partisipasi mereka. Isu-isu sensitif seperti kebijakan ketenagakerjaan yang kurang mendukung kesejahteraan perempuan perlu mendapat perhatian lebih. Dengan dominasi laki-laki di parlemen, solusi untuk masalah perempuan sering kali diabaikan. MD menilai bahwa kampanye calon presiden masih kurang memberikan perhatian pada pembangunan dan kesejahteraan perempuan, seperti yang disampaikan oleh Sherly, bahwa masalah sebenarnya belum dilihat secara jelas.

Informan AM menyampaikan bahwa pilihan politik selalu memiliki konsekuensi. Namun, mengingat dominasi perempuan dalam pemilu, AM merasa bahwa politik saat ini masih berpusat pada kepentingan kelompok yang berkuasa, sehingga sulit bagi perempuan untuk mendapatkan posisi strategis. Informan SP, yang memiliki latar belakang Administrasi Publik, mengamati bahwa meskipun banyak perempuan yang melek kebijakan dan aktif berpartisipasi, pemahaman dan kesadaran terhadap kebijakan politik masih perlu ditingkatkan. SP melihat bahwa lingkungan sekitarnya sudah mulai memahami konsekuensi pilihan mereka, dan penyebaran informasi melalui media sosial telah membuka perspektif baru bagi perempuan muda. Pandangan SP sejalan dengan narasumber Siti Zuhro, yang mengatakan bahwa perempuan memiliki intuisi dalam memilih dan menyadari urgensi sebagai pemilih yang dominan.

Pemaknaan Informan tentang Tipe-Tipe Masyarakat dalam Memahami Tayangan Terkait Pemilu

Pembahasan ini mengkaji berbagai tipe penonton yang digambarkan dalam episode, di mana narasumber Feni Rose mengidentifikasi beberapa kategori masyarakat, yaitu tipe pencitraan, *fear of missing out* (FOMO), dan loyal, yang dijelaskan melalui contoh kasus. Hal ini menggambarkan realitas sosial bahwa audiens sangat dipengaruhi oleh media dan tayangan yang mereka konsumsi. Berikut adalah pandangan para informan mengenai tipe-tipe masyarakat dalam memahami tayangan berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka.

1. Tipe Penonton *FOMO* Mendominasi Khalayak Perempuan

Informan FP, yang tertarik dan sering mengikuti berita politik, mengungkapkan bahwa berbagai tipe audiens yang dibahas dalam episode tersebut sangat relevan dalam konteks kampanye politik. Berdasarkan latar belakangnya, FP memahami bahwa tipe *FOMO* mendominasi di pemilu saat ini, dan banyak kandidat menyesuaikan kampanye mereka untuk menarik tipe audiens ini dengan

mengikuti tren yang sedang populer. Informan Fatim, yang memiliki pengalaman dalam kegiatan organisasi dan KKN selama masa kampanye, melihat bahwa perempuan di pedesaan, terutama ibu-ibu, cenderung mendominasi dalam kelompok ini. Para calon politik sering kali menyesuaikan kampanye mereka dengan memberikan barang-barang yang ditargetkan khusus untuk kelompok perempuan.

Informan SP mengemukakan bahwa, berdasarkan observasinya, tidak semua audiens dapat menyaring informasi dengan baik dan memahami situasi yang terjadi. Mayoritas perempuan termasuk dalam tipe FOMO, yang mengikuti apa yang sedang populer tanpa memeriksa kebijakan atau program kerja calon yang bersangkutan. SP juga menyoroti kurangnya literasi politik di kalangan masyarakat. Senada dengan SP, informan AM menambahkan bahwa kampanye yang unik, seperti menggunakan tagline atau lagu-lagu yang mewakili calon, lebih mudah menarik tipe pemilih FOMO. Bagi orang-orang yang memiliki bisnis yang terkait dengan politik, dukungan terhadap calon yang mampu mendukung kepentingan bisnis mereka menjadi alasan utama dalam memilih. AM juga menilai bahwa kedekatan dengan dunia politik memudahkan seseorang untuk berkoalisi dengan pihak berkepentingan dan memengaruhi kebijakan demi kepentingan pribadi.

2. Tipe Khalayak yang Terfokus pada Janji Politik

Para informan sepakat bahwa tipe khalayak FOMO sangat dipengaruhi oleh tren dan janji-janji politik. Fokus mereka biasanya hanya pada janji yang mendukung perempuan, tanpa memeriksa detail kebijakan yang dijanjikan. Menurut informan, hal ini harus menjadi perhatian bagi kelompok perempuan lainnya agar lebih kritis dalam menilai janji politik.

Informan AR menyetujui pandangan Feni Rose mengenai tiga tipe penonton yang menyesuaikan dengan tayangan yang mereka konsumsi. AR menilai bahwa masyarakat cenderung fokus pada hal-hal populer yang menjadi perbincangan panas, yang dipicu oleh dominasi generasi muda yang lebih peka terhadap tren. AR juga mengamati bahwa rekam jejak politik sering kali tertutupi oleh antusiasme terhadap figur publik, yang dapat mempengaruhi pilihan pemilih di masa depan. Secara keseluruhan, para informan menyampaikan pandangan yang serupa mengenai tipe-tipe masyarakat dalam memahami tayangan, yang dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman masing-masing.

Pemaknaan Informan tentang Kapabilitas Dunia Politik terhadap Kelompok Perempuan

Episode ini membahas kondisi nyata di dunia politik dan pandangan Asfinawati, mengenai kapabilitas serta ekspektasi calon pemimpin dalam menarik perhatian perempuan. Menurutnya, politik saat ini tidak menangani permasalahan masyarakat dengan baik, mencerminkan kegagalan politik, dan tidak adanya aktor baru yang membuat demokrasi tidak sepenuhnya berjalan. Berikut adalah pandangan para informan tentang kapabilitas dunia politik terhadap kelompok perempuan, berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka.

1. Program Kerja dan Pengaruhnya terhadap Kapabilitas Politik

Informan FP berpendapat bahwa kapabilitas dunia politik terlihat dari program kerja yang dirancang untuk melanjutkan program sebelumnya, seperti kartu kesejahteraan sosial untuk masyarakat miskin. Program yang ditawarkan cenderung mendukung sisi bisnis dan kapitalisme politik, dengan komunikasi non-verbal yang dominan, seperti penggunaan spanduk dan baliho. FP merasa bahwa politik demokratis seharusnya lebih mengutamakan komunikasi verbal yang melibatkan masyarakat. Meskipun Asfinawati berpendapat bahwa politik tidak menangani masalah masyarakat, FP berpendapat bahwa program kerja yang berkelanjutan menunjukkan adanya kapabilitas dari aktor politik untuk melibatkan perempuan dalam ketenagakerjaan. Program yang mengatasi isu-isu seperti TBC, stunting, dan kesejahteraan ibu hamil menunjukkan perhatian terhadap masalah umum,

meskipun FP menilai janji-janji tersebut tidak selalu menjamin kapabilitas yang sebenarnya. Informan AR mengomentari bahwa meskipun beberapa calon pemimpin memiliki rekam jejak yang baik, hal itu tidak selalu menjamin kapabilitas mereka, karena implementasinya bergantung pada jangka panjang masa jabatan.

2. Pengaruh Wajah Baru dalam Politik terhadap Kapabilitas

Informan FA menyoroti bahwa keterwakilan perempuan di parlemen masih lebih sedikit dibandingkan laki-laki. Para narasumber dalam episode tersebut juga mengungkapkan ketiadaan calon perempuan untuk posisi wakil presiden, yang menurut FA, menunjukkan kurangnya wajah baru yang dapat membawa perubahan. FA setuju dengan pendapat Asfinawati bahwa tidak ada wajah baru dalam pemilu saat ini yang dapat meningkatkan pembangunan dan kesejahteraan perempuan. Ketidadaan tokoh perempuan yang kuat di panggung politik memengaruhi kemampuan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkaitan dengan perempuan.

Informan SP berpendapat bahwa kapabilitas dan kebijakan yang ditujukan untuk kelompok perempuan atau kelompok rentan lainnya belum terlihat, karena masih sedikitnya aktor politik yang kompeten. SP juga mencatat adanya kebijakan yang tidak mendukung hak perempuan, seperti kebijakan ketenagakerjaan, yang berkontribusi terhadap menurunnya kepercayaan pada kapabilitas pemerintah.

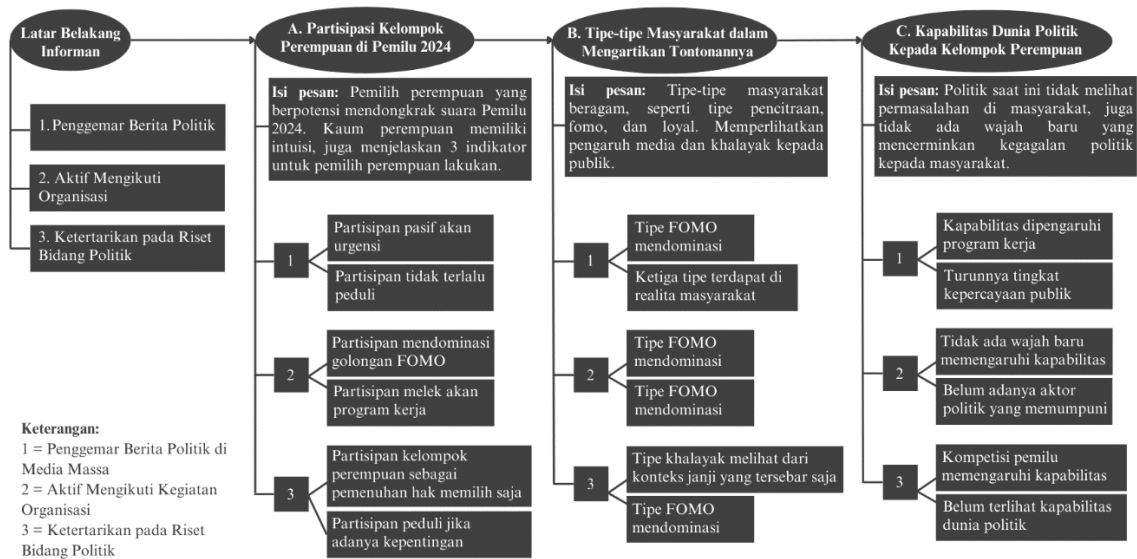
3. Pengaruh Kompetisi Pemilu terhadap Kapabilitas Politik

Informan MD menilai bahwa program kerja dan kebijakan yang terkait dengan kesejahteraan perempuan, seperti cuti kehamilan dan kesehatan, masih kurang nyata dalam penerapannya. Pesan Asfinawati yang menekankan bahwa politik saat ini tidak menanggapi masalah nyata perempuan sesuai dengan pandangan MD, yang mengkhawatirkan menurunnya keterwakilan perempuan dan dominasi laki-laki dalam politik. Kurangnya transparansi dalam kebijakan yang mendukung perempuan, serta kompetisi politik yang tertutup, menyebabkan organisasi masyarakat sipil kesulitan merancang kebijakan yang efektif.

Informan AM berpendapat bahwa kapabilitas politik saat ini masih belum memperhatikan perempuan secara memadai. Meskipun ada kebijakan ketenagakerjaan yang sudah mendukung perempuan, AM merasa bahwa banyak regulasi yang tidak mencakup seluruh kebutuhan perempuan. Secara keseluruhan, pandangan para informan mengenai kapabilitas dunia politik dan pemerintah terhadap perempuan menunjukkan variasi berdasarkan latar belakang mereka. Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi mereka meliputi keberlanjutan program kerja, wajah baru dalam politik, serta persaingan pemilu yang terkesan tertutup sebelum dimulai, yang memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahan.

Pembahasan

Gambar 3 merujuk pada hasil dari interpretasi khalayak mahasiswa FISIP Unand terhadap episode *Anies, Prabowo, Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*, berikut pembahasan konstruksi. Berdasarkan hasil wawancara dengan enam informan, penafsiran mereka terhadap program *Perempuan Bicara* menunjukkan tiga posisi dalam memahami konsep acara secara keseluruhan: tiga informan berada pada posisi dominan, dua pada posisi negosiasi, dan satu pada posisi oposisi. Sementara itu, untuk konten spesifik dalam episode yang dianalisis, peneliti membaginya ke dalam beberapa aspek pemaknaan. Pertama, dalam hal partisipasi kelompok perempuan pada Pemilu, ditemukan dua pemaknaan dominan, satu negosiasi, dan tiga oposisi. Kedua, terkait pemahaman tipe-tipe masyarakat dalam menafsirkan tayangan, seluruh informan (enam orang) menunjukkan posisi dominan. Terakhir, dalam hal kapabilitas dunia politik dalam menarik perhatian pemilih perempuan, hasilnya terbagi rata: dua dominan, dua negosiasi, dan dua oposisi.



Gambar 3. Interpretasi Khalayak Mahasiswi FISIP Unand terhadap Episode *Anies, Prabowo, Ganjar? Siapa Bisa Pikat Hati Perempuan*
(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024)

1. Pemaknaan Informan tentang Partisipasi Kelompok Perempuan di Pemilu 2024

Partisipasi dalam politik dan pemilihan umum memegang peranan krusial, sehingga keikutsertaan masyarakat dalam proses politik menjadi hal yang tidak dapat diabaikan. Keterlibatan ini mencerminkan tindakan individu yang bertujuan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan oleh pemerintah dalam sistem demokrasi Indonesia. Pemilu sendiri berperan sebagai mekanisme pemberian mandat kepada individu tertentu untuk mewakili kepentingan rakyat dalam menentukan arah kebijakan politik (Priandi, 2019).

Televisi sebagai media massa memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat, dengan ragam siaran yang menawarkan informasi terkini (Fariastuti, 2017). Dalam era reformasi, partisipasi politik perempuan dalam pengambilan kebijakan menjadi elemen penting bagi pemerintah dan lembaga legislatif (Syukur, 2023). Khalayak mampu menginterpretasikan pesan yang diterima, sehingga menghasilkan makna yang dipengaruhi oleh latar belakang masing-masing individu (Latief, 2021). Upaya untuk meningkatkan keterwakilan perempuan di parlemen dan pemerintahan dilakukan agar jumlah dan suara mereka seimbang (Roem, 2021). Namun, hasilnya hanya berupa angka keterwakilan, sementara kualitas suara dan peran perempuan sebagai pengambil keputusan politik masih kurang memadai (Henry, 2012). Pemanfaatan Teori Resepsi merupakan pendukung dalam penelitian khalayak yang bersifat tidak pasif dan melihat secara agen kultural (cultural agent), dimana mempunyai kuasa sendiri dalam menghasilkan makna dari teks media (Fiske, 2020).

Tanggapan para informan mengenai partisipasi perempuan dalam Pemilu 2024 bervariasi, dipengaruhi oleh latar belakang mereka. Beberapa mencatat tingginya jumlah kelompok *fear of missing out* (FOMO), dominasi politik maskulin dan kepentingan, serta kurangnya kesadaran terhadap program kerja yang mendukung perempuan. Politik dinasti yang masih kuat dianggap mencederai demokrasi di Indonesia (Pane, 2024). Latar belakang mahasiswi yang diharapkan untuk mengikuti perkembangan politik dan menyadari permasalahan ini memainkan peran penting dalam cara mereka memaknai pesan.

Tingkat partisipasi politik perempuan tergolong tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Namun, keterlibatan mereka sebagai peserta atau kandidat dalam kontestasi politik masih relatif rendah. Perempuan yang termasuk dalam kategori *fear of missing out* (FOMO) cenderung terdorong oleh

faktor eksternal daripada motivasi internal. Preferensi politik perempuan juga banyak dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh melalui media massa, yang kemudian membentuk perilaku politik mereka. Sebagai sumber informasi utama, media massa menyajikan berbagai dinamika politik, termasuk kegiatan, sikap, dan perilaku para aktor politik. Peran media massa penting dalam mendorong peningkatan partisipasi politik masyarakat, sekaligus menjembatani keterbatasan komunikasi langsung secara tatap muka (Islami, 2023).

2. Tipe-Tipe Masyarakat dalam Mengartikan Tayangan Terkait Pemilu

Analisis Resepsi menekankan bahwa khalayak memiliki peran penting dalam memahami interaksi mereka dengan media, bukan hanya bagaimana media memengaruhi khalayak (Baran, 2014). Makna yang diperoleh oleh khalayak bervariasi karena setiap individu menghasilkan makna yang berbeda. Dalam episode ini, dijelaskan bahwa ada kategori penonton di dunia hiburan yang menginterpretasikan tayangan mereka sehingga berpengaruh pada kehidupan sosial nyata mereka. Keterlibatan dunia hiburan dalam politik bukanlah fenomena yang baru. Informan melihat tren yang berkembang menjadi topik panas yang terus dibahas oleh masyarakat. Kampanye yang unik, seperti penggunaan tagline atau lagu yang mewakili calon, lebih mudah menarik perhatian khalayak, khususnya perempuan dalam kategori FOMO. Khalayak yang menjadi target merupakan sasaran utama kampanye politik (Aryadillah, 2022). Strategi seperti penggunaan AI dan branding kreatif dinilai efektif meningkatkan kesadaran, terutama di kalangan pemilih muda, serta mendorong diskusi yang positif di media sosial (Ginasari, 2024).

Target utama ini bertujuan memperluas pengaruh partai atau kandidat dengan persepsi positif terhadap mereka (Mukarom, 2016). Mengingat latar belakang khalayak yang beragam, diperlukan strategi komunikasi yang efektif agar pesan dapat diterima dengan baik (McQuail, 2020). Penggunaan media massa sangat penting dalam kampanye politik, dan keberhasilan kampanye bergantung pada kondisi yang mendukung audiens, pesan, dan sumber (McQuail, 2020).

Masyarakat, terutama perempuan, cenderung menyerap informasi terkait pemilu melalui pendekatan yang bersifat populis mudah dipahami dan dirasa relevan dengan kondisi mereka. Bentuk kampanye yang paling diminati adalah yang menonjolkan isu-isu populis serta fokus pada pembentukan citra positif para aktor politik, yang tampaknya berpihak pada rakyat, meskipun dukungan tersebut belum tentu berdampak nyata dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Upaya pencitraan ini bertujuan untuk menampilkan sosok pemimpin yang memiliki karakter kuat, konsisten, dan memiliki arah serta tujuan yang jelas dalam kepemimpinannya (Bungin, 2018). Politik, yang sebelumnya dianggap sebagai isu berat dan rumit, kini menjadi lebih mudah dipahami melalui gaya pemberitaan yang ringan, jenaka, bahkan melalui media komedi politik. Pendekatan ini membuat politik lebih akrab dan terasa sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat (Henry, 2012).

3. Kapabilitas atau Kredibilitas Dunia Politik terhadap Kelompok Perempuan

Dalam komunikasi politik, peran komunikator politik menjadi salah satu elemen penting untuk mewujudkan komunikasi yang berjalan secara efektif. Program acara sesungguhnya memberikan pengetahuan kita terhadap kenyataan aktifitas politik di Indonesia kepada masyarakatnya, tekhusus masalah-masalah politik (Prabowo, 2018). Terdapat empat komponen penting yang harus dimiliki oleh komunikator politik, yaitu kredibilitas, daya tarik, kesamaan, dan kekuatan. Kredibilitas mengacu pada sejauh mana sumber dianggap memiliki keahlian dan dapat dipercaya oleh khalayak, yang mencakup baik keahlian sumber tersebut maupun tingkat kepercayaannya (Mukarom, 2016).

Janji politik menggambarkan harapan serta aspirasi yang ingin diwujudkan oleh seorang kandidat pemimpin, sekaligus menjadi bentuk komitmen untuk menjalankan tugas-tugas pemerintahan. Janji-janji ini umumnya tertuang dalam visi dan misi calon presiden atau kepala daerah, dan sering disampaikan secara berulang selama masa kampanye (Octania, 2019). Pernyataan ini

sejalan dengan pendapat Fatim, SP, dan Arifa, yang menegaskan bahwa tidak adanya keterwakilan perempuan dalam proses pencalonan berdampak pada rendahnya kapasitas dan dukungan terhadap program-program pembangunan yang berorientasi pada kebutuhan perempuan.

Kapabilitas adalah faktor penting bagi aktor politik, mengukur tingkat pendidikan dan pengalaman sebagai persiapan untuk berkontribusi dalam kesejahteraan masyarakat (Widiyaningrum, 2020). Perempuan sering kekurangan akses dalam pengambilan keputusan politik dan dianggap kurang kompeten saat menyuarakan pendapat (Pujarama, 2020). Hal ini selaras dengan pandangan informan MD dan AM, yang mencatat bahwa janji dan program kerja politik lebih banyak difokuskan pada masyarakat umum, sementara kebijakan spesifik untuk perempuan, seperti cuti kehamilan dan kesehatan, belum terealisasi dengan baik. Janji politik seharusnya tidak hanya menjadi strategi, tetapi juga melibatkan semua elemen masyarakat (Octania, 2019).

Meskipun peluang perempuan untuk berkiprah di politik semakin terbuka, masih ada tantangan yang signifikan, seperti oligarki dan dinasti politik yang kuat, serta *stereotype* bahwa perempuan sebaiknya mengurus rumah tangga (Pembayun, 2022). Padahal, peran perempuan tidak terbatas pada ranah domestik; mereka juga memiliki peran penting di bidang sosial, ekonomi, dan politik (Anggun, 2017).

Kapabilitas maupun regulasi pemerintah sejatinya telah mendukung kesetaraan, ditandai dengan tidak adanya kebijakan yang secara langsung mendiskriminasi perempuan. Namun demikian, kelompok perempuan masih menghadapi berbagai persoalan yang kompleks dan membutuhkan kebijakan yang mampu merespons tantangan tersebut secara efektif. Dalam sistem demokrasi, keberadaan partai politik menjadi elemen yang tak terpisahkan, dan kualitas demokrasi suatu negara dapat diukur dari tingkat partisipasi politik serta keterlibatan masyarakat. Saat ini, partai politik terus berupaya meraih dukungan seluas mungkin demi meningkatkan elektabilitas, memperkuat posisi, serta memperbesar peran mereka dalam kancah politik. Namun, masyarakat memiliki hak untuk menentukan dan memilih partai yang terbaik menurut pendapat mereka masing-masing. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas dan kuantitas partai politik, maka masyarakat akan lebih cenderung mempercayai institusi tersebut (Sulastri, 2020).

SIMPULAN

Pemahaman audiens terhadap program dan episode yang dikaji menunjukkan keragaman di antara para informan. Mereka memandang program *Perempuan Bicara* sebagai media yang mampu memperluas wawasan serta memberikan informasi seputar isu-isu politik dan perempuan, dengan menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang. Dalam merespons episode yang dianalisis, para informan menilai bahwa partisipasi perempuan dalam Pemilu 2024 cenderung bersifat pasif, lebih dipengaruhi oleh fenomena *fear of missing out* (FOMO), dan sekadar menjalankan hak pilih tanpa kesadaran politis yang mendalam. Selain itu, mereka juga menganggap bahwa program kerja yang ditawarkan aktor politik dapat memengaruhi persepsi terhadap kapabilitas politik perempuan, dan bahwa kemunculan sosok-sosok baru dalam dunia politik turut berperan dalam membentuk partisipasi serta kapabilitas masyarakat secara umum. Peneliti menemukan bahwa respons informan mencerminkan kebutuhan mereka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tema yang diangkat, serta bahwa makna yang mereka konstruksi sangat dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman pribadi masing-masing.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar media massa, khususnya televisi, lebih konsisten dalam menghadirkan tayangan yang mengangkat isu-isu perempuan secara mendalam, edukatif, dan inklusif, bukan sekadar menjadikan isu tersebut sebagai pelengkap wacana politik menjelang pemilu. Pembuat kebijakan diharapkan lebih responsif terhadap kebutuhan informasi politik bagi perempuan muda, serta menyusun program kerja yang secara konkret memberdayakan mereka dalam ruang publik dan politik. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengkaji resepsi khalayak dari latar belakang pendidikan atau wilayah geografis yang berbeda.

Acknowledgment

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Andalas atas dukungan yang telah diberikan dalam Skema Penelitian Skripsi Sarjana (PSS) Nomor Kontrak 139/UN16.19/PT.01.03/PSS/2024 Tahun Anggaran 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, M.A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Rajawali Pers.
- Abdullah, I., Wahyono, S. B., & Persadha, P. D. (2019). Audience culture in the reception of text: Black campaigns on online media during Indonesia's 2014 and 2019 presidential elections. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(1), 493-500.
- Anggun, A., & Suryawati, I. (2017). Pemaknaan Perempuan Pemimpin Pada Program Talkshow Mata Najwa "Perempuan Penentu" di Metro Tv (Studi Resepsi Pada Anggota Solidaritas Perempuan di Jakarta). *PANTAREI*, 1(02). <https://doi.org/10.31983/pantarei.v1i02.67>.
- Aryadillah, A., & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 87-92. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1150>.
- Baran, S. J. (2014). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, B. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan: The Social Construction of Public Administration (SCoPA)*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Briandana, R., & Azmawati, A. A. (2020). New media audience and gender perspective: A reception analysis of millennials interpretation. *International Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 6(1), 58-63. <https://doi.org/10.20473/ijhssr.v6i1.2020.58-63>.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Corbin, J. (2014). *Basics of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 167-185. <https://doi.org/10.24853/pk.4.2.167-185>.
- Fariastuti, I. (2017). Media Massa Sebagai Penggerak Tumbuhnya Sikap Bela Negara Dikalangan Generasi Muda. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 113-125. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.7>.
- Fiske, J. (2020). *Television Culture*. London: Routledge.
- Ginasari, W., Pamungkas, Y. R. P., & Sukandar, N. H. T. (2024). Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024. *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.23917/determinasi.v2i1.188>.
- Hernawan, A. P., & Triyono, A. (2023). Discrimination of Women in Film: A Study of Reception Analysis in the Kartini Movie. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 1619-1628. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/iseth/article/view/4555>.
- Henry, R. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: PRENADAMEDIA Group.
- Hadriyotopo, H. (2018). *Kapita Selekta Media Budaya Komunikasi Visual*. Surakarta: ISI Press.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2012). *Budaya, Media dan Bahasa*. Yogyakarta. *Jayasutra*.
- Islami, J., & Zitri, I. (2023). Pengaruh Media Massa Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024 Di Kota Mataram. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 10(1), 93-109. <https://doi.org/10.59050/jkk.v10i1.223>.
- Jayanti, K. D., & Pribadi, F. (2024). Wacana Berpendapat Rocky Gerung dalam Program Perempuan Bicara TvOne: Analisis Wacana Kritis Teun A Van Dijk. *Paradigma*, 13(1). <https://doi.org/10.312>.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Latief, R., Ali, S. A. U., & Ahyar, W. A. (2021). Representasi Politisi Perempuan dalam Episode "Politik Perempuan" di Program Mata Najwa Trans 7. *Jurnal Sipakalebbi*, 5(1), 69-89. <https://doi.org/10.24252/jsipakalebbi.v5i1.21208>
- Mack, B. L. (2014). *Critical Media Studies: An Introduction*. UK: Wiley Press.
- McQuail, M. D. (2020). *McQuail's Media & Mass Communication Theory*. London: Sagepublishing.
- Mukarom. (2016). *Komunikasi Politik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Octania, G. (2019). Pemaknaan Janji Politik Calon Presiden Prabowo Subianto-Sandiaga Uno di Kompas TV. *Jurnal Komunikasi Efek*, 89. <https://doi.org/10.32534/jike.v3i1.759>.
- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2020). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125-132. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3696>.
- Pane, I., & Hsb, M. O. (2024). Politik Dinasti Ancaman terhadap Demokrasi Pancasila. *Perfecto: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1), 13-24. <https://doi.org/10.32884/jih.v2i1.1643>.
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1*. Universitas Brawijaya Press.
- Pembayun, E. C., & Purwaningtyas, M. P. F. (2022). The Issue of Teenage Girl Marriage in Indonesian Films: Analysis of the "Yuni" Film Reception. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 102-112. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i2.5081>.
- Prabowo, J. W., & Wahid, U. (2018). Pemaknaan Khalayak Terhadap Program Televisi Bertema Politik. *PANTAREI*, 2(3).
- Priandi, R., & Roisah, K. (2019). Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Perempuan dalam Pemilihan Umum di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(1), 106-116. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i1.106-116>.
- Roem, E. R., & Sarmiati, S. (2019). Perubahan Sosial Budaya Akibat Media Instagram bagi Kalangan Mahasiswa di Kota Padang. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 202-210. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p202-210.2019>.
- Roem, E. R. Ika, P. P. (2021). Analisis Khalayak Pada Portal Berita Online Di Sumatera Barat (Studi Pada Klikpositif. com, Langgam. id, Covesia. com dan HarianHaluan. com) (Doctoral dissertation, Universitas Andalas). <https://doi.org/10.31506/jrk.v12i1.11372>.
- Rusianti, S. G. (2022). Peran Perempuan Dalam Komunikasi Politik Partai di Kota Madiun. *Journal of Social and Political Science Society*, 1(1), 25-36.
- Shabrina, A. A., & Sarmini, S. (2023). Konstruksi Sosial Kemandirian Perempuan di Era Globalisasi (Studi Fenomenologi Perempuan Pengemudi Ojek Online di Kota Surabaya). *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 11(2), 398-412. <https://doi.org/10.26740/kmkn.v11n2.p398-412>.
- Subiakto, H. (2014). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: PRENADAMEDIA.
- Sulastri, E., Purnomo, E. P., Setiawan, A., Fathani, A. T., & Oktawan, C. (2020). Pertarungan Perempuan Dalam Demokrasi Dunia Politik Untuk Mendukung Ketahanan Sosial Politik Di DKI Jakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(3), 308-332. <https://doi.org/10.22146/jkn.61152>.
- Syukur, M., & Ahmad, R. S. (2023). Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan Dalam Wajah Politik Di Indonesia: Gender Discrimination Against Women In The Face Of Politics In Indonesia. *Nirwasita: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Ilmu Sosial*, 4(2), 165-174. <https://doi.org/10.59672/nirwasita.v4i2.2954>.
- Wahyono, S. B., Wirasti, M. K., & Ratmono, B. M. (2020). Audience Reception of Hoax Information on Social Media in the Post-Truth Era. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(2), 7. <https://doi.org/10.7454/JKI.V9I2.12773>.
- Widyaningrum, A. Y., Yumarnamto, M., & Prijambodo, V. L. (2020). Analisis Resepsi Remaja Kota Sampit Mengenai Keberagaman di Media. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 51-61. <https://doi.org/10.32509/wacana.v19i1.1002>.
- Widiyaningrum, W. Y. (2020). Partisipasi Politik Kader Perempuan dalam Bidang Politik: Sebuah Kajian Teoritis. *JISIPOL| Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 126-142.