

ISSN 2614-7998

JURNAL

KOMUNIKASI GLOBAL



Volume 8, Nomor 1, Juni 2019

Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial
Rahmi Surya Dewi

Hegemoni Hollywood Pada Film American Sniper
Melis Tanaka, J. A. Wempi

Penggunaan Saluran Komunikasi Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Wanita Pengusaha Kuliner Kota Depok
Diana Anggraeni, Mashadi Said, Diah Febrina

Dampak Hoax di Media Sosial Facebook Terhadap Pemilih Pemula
Aminah, Novita Sari

Representasi Imigran Timur dalam Film *The Visitor*
Analisa Dwimas Priyantari, Akhmad Kautsar Fattah

Kepuasan Komunikasi Program Pengenalan Jurusan
Hilda Yunita Wono, Michelle Baby Natalie

Pemaknaan *The Power of Emak-Emak* di Media Sosial
Rahman Asri

Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya
Ajeng Puspita Priantana, Edi Santoso



Program Studi
ILMU KOMUNIKASI
FISIP Universitas Syiah Kuala



JURNAL

KOMUNIKASI GLOBAL

ISSN 2614-7998

Volume 8, Nomor 1, Juni 2019

REDAKSI

Chief Editor

Febri Nurrahmi, M.MP

Editorial Board

Deni Yanuar, M.IKom

Zakirah Azman, M.HSc

Novika Grasiawaty, M.Si

Asmaul Husna, M.A.

Ainal Fitri, M.I.Kom

Syahril Furqany, M.I.Kom

Alamat

Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP,
Universitas Syiah Kuala,
Jln. Tgk. Tanoh Abee, Darussalam,
Banda Aceh, 23111.
Telp. (0651) 7555267,
Fax (0651) 755270
Email: jkg@unsyiah.ac.id
Website:
<http://jurnal.unsyiah.ac.id/JKG>

DAFTAR ISI

Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial

Rahmi Surya Dewi.....1

Hegemoni Hollywood Pada Film American Sniper

Melis Tanaka, J. A. Wempi..... 17

Penggunaan Saluran Komunikasi Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Wanita Pengusaha Kuliner Kota Depok

Diana Anggraeni, Mashadi Said, Diah Febrina...38

Dampak Hoax di Media Sosial Facebook Terhadap Pemilih Pemula

Aminah, Novita Sari 51

Representasi Imigran Timur dalam Film *The Visitor*

Analisa Dwimas Priyantari, Akhmad Kautsar Fattah..... 62

Kepuasan Komunikasi Program Pengenalan Jurusan

Hilda Yunita Wono, Michelle Baby Natalie 78

Pemaknaan *The Power of Emak-Emak* di Media Sosial

Rahman Asri..... 92

Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya

Ajeng Puspita Priantana, Edi Santoso..... 104



JURNAL KOMUNIKASI GLOBAL

E-ISSN: 2614-218X P-ISSN: 2614-7998

HOME	ABOUT	LOGIN	REGISTER	CATEGORIES	SEARCH	CURRENT	ARCHIVES	ANNOUNCEMENTS
----------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------------	----------------------------	------------------------	-------------------------	--------------------------	-------------------------------

TABLE OF CONTENTS

Articles

Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial Rahmi Surya Dewi doi> 10.24815/jkg.v8i1.13332	PDF 1-16
Hegemoni Hollywood Pada Film American Sniper Melis Tanaka, J. A. Wempi doi> 10.24815/jkg.v8i1.13523	PDF 17-37
Penggunaan Saluran Komunikasi Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Wanita Pengusaha Kuliner Kota Depok Diana Anggraeni, Mashadi Said, Diah Febrina doi> 10.24815/jkg.v8i1.13474	PDF 38-50
Dampak Hoax di Media Sosial Facebook Terhadap Pemilih Pemula Aminah Aminah, Novita Sari doi> 10.24815/jkg.v8i1.13565	PDF 51-61
Representasi Imigran Timur dalam Film The Visitor Analisa Dwimas Priyantari, Akhmad Kautsar Fattah doi> 10.24815/jkg.v8i1.11944	PDF 62-77
Kepuasan Komunikasi Program Pengenalan Jurusan Hilda Yunita Wono, Michelle Baby Natalie	PDF 78-91
Pemaknaan The Power of Emak-Emak di Media Sosial Rahman Asri doi> 10.24815/jkg.v8i1.13825	PDF 92-103
Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya Ajeng Puspita Priantana, Edi Santoso doi> 10.24815/jkg.v8i1.13586	PDF 104-115

Jurnal Komunikasi Global (JKG)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Syiah Kuala

Jln. Tgk. Tanoh Abee, Darussalam, Banda Aceh, 23111

Telp. (0651) 7555267

Email: jkg@unsyiah.ac.id

Published by:



Indexed by:





PEMAKNAAN THE POWER OF EMAK-EMAK DI MEDIA SOSIAL

Rahman Asri

Abstract

The movement of the Power of Emak-Emak in the 2019 Presidential Election became significant considering a large number of female voters in the 2019 Presidential Election. Besides potential voters, women were also active social media users. This study aims to see the meaning of mothers towards the movement of The Power of Emak-Emak in relation to women's political participation in Indonesia. This study uses the Reception Analysis by Stuart Hall. The approach used is qualitative by conducting in-depth interviews with four active social media users. The results of the study showed that the dominant meaning of The Power of Emak-Emak Movement was part of the active role in women's political participation in the 2019 Presidential Election.

Keywords

Social Media; Political Participation; Reception; Election; Women

PDF

References

Apjii.com. (2018). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2017/download/c0nd2VUeHBajw9pPumERD8X5MktgC>

baranews.co. (2018). PEMILU 2019: Antara Semarak atau Redupnya Pesta Demokrasi. Retrieved from <http://baranews.co/2018/03/pemilu-2019-antara-semarak-atau-redupnya-pesta-demokrasi/>

Bomantama, R. (2018). Partai Emak-emak Pendukung Prabowo-Sandi Dideklarasikan. Retrieved from <http://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/08/23/partai-emak-emak-pendukung-prabowo-sandi-dideklarasikan>.

Budiardjo, M. (2015). Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Erwanti, M. O., Ul Haq, M. F., & Andayani, D. (2018). Cerita Sandi dan Partai Emak-emak. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4161018/cerita-sandi-dan-partai-emak-emak>

Gauntlett, D. (2002). "Stuart Hall and Predecessors". Media, Gender and Identity: An Introduction. London and New York: Routledge.

Hall, S. (2001). Encoding-Decoding: Media and Cultural Studies, Eds. Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.

Haryanto, G. G. Literasi Politik: Dari Normativis Ke Tindakan. CommLine, 2(2), 137-149.

Haryanto, P. (2019). Peran dan Kedudukan Perempuan dalam Pemilu, Wujud Capaian Emansipasi. Retrieved from <https://nasional.sindoneews.com/read/1397548/12/peran-dan-kedudukan-perempuan-dalam-pemilu-2019-dapat-banyak-apresiasi-dari-luar-negeri>

Ida, R. (2010). Metode Penelitian Studi Media dan Budaya. Surabaya: Airlangga University Press.

McQuail, D. (2010). Mass Communication Theory. London: Sage Publications.

Morissan. (2013). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Prenadamedia.

Mujani, S., Liddle, R. W., & Ambari, K. (2019). Kaum Demokrat Kritis: Analisis Perilaku Pemilih Indonesia Sejak Demokratisasi. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com. Jurnal Komunikasi Global, 6(1), 74-89. Retrieved from <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/9195>

Pendit, P. L. (2009). Merajut Makna: Penelitian Kualitatif Bidang Perpustakaan dan Informasi. Jakarta: Cita Karya Karsa Mandiri.

Pujileksono, S. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Intrans Publishing.

Raco, J. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya. Jakarta: P.T. Grasindo.

Pinterpolitik.com. (2018). Jokowi Prabowo Berebut Emak-Emak. Retrieved from 30 Mei 2019 <https://pinterpolitik.com/jokowi-prabowo-berebut-emak-emak/>.

Ristianto, C. (2019). Wiranto: Pelaksanaan Pemilu 2019 Dapat Banyak Apresiasi dari Luar Negeri. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/24/11252091/wiranto-pelaksanaan-pemilu-2019-dapat-banyak-apresiasi-dari-luar-negeri>.

Pinterpolitik.com. (2018). Jokowi Prabowo Berebut Emak-Emak. Retrieved from 30 Mei 2019 <https://pinterpolitik.com/jokowi-prabowo-berebut-emak-emak/>.

Ristianto, C. (2019). Wiranto: Pelaksanaan Pemilu 2019 Dapat Banyak Apresiasi dari Luar Negeri. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/24/11252091/wiranto-pelaksanaan-pemilu-2019-dapat-banyak-apresiasi-dari-luar-negeri>.

Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Deepublish.

doi: <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i1.13825>

REFBACKS

- There are currently no refbacks.



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

Jurnal Komunikasi Global (JKG)
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Syiah Kuala
Jln. Tgk. Taniuh Abes, Darussalam, Banda Aceh, 23111
Telp. (0651) 7555267
Email: jkg@unisyiah.ac.id

Published by:



Indexed by:



USER

Username

Password

Remember me

NOTIFICATIONS

- View
- Subscribe

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

Browse

- By Issue
- By Author
- By Title
- Other Journals
- Categories

ARTICLE TOOLS

- Indexing metadata
- How to cite item
- Email this article (Login required)

TEMPLATES

- Journal Template
- Review Form
- Editorial Checklist
- Ethical Statement
- Copyright Transfer
- Copyright Transfer

REFERENCE TOOLS



ISSN (ONLINE) BARCODE



Visitors

	15,514		50
	1,944		48
	309		47
	273		46
	65		37

PEMAKNAAN *THE POWER OF EMAK-EMAK* DI MEDIA SOSIAL

Rahman Asri

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Al Azhar Indonesia

Email: rahman.asri@uai.ac.id

Abstrak

Gerakan *The Power of Emak-Emak* dalam Pilpres 2019 menjadi signifikan mengingat besarnya jumlah pemilih perempuan dalam Pilpres 2019. Selain pemilih potensial, perempuan juga pengguna media sosial aktif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pemaknaan ibu-ibu terhadap gerakan *The Power of Emak-Emak* dalam kaitannya dengan partisipasi politik perempuan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori *Reception Analysis* oleh Stuart Hall. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap empat orang ibu-ibu pengguna aktif media sosial. Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan dominan terhadap Gerakan *The Power of Emak-Emak* sebagai bagian dari peran aktif dalam partisipasi politik perempuan di Pilpres 2019.

Kata Kunci: Media Sosial, Partisipasi Politik, Pemaknaan, Pemilu, Wanita

Abstract

The movement of the Power of Emak-Emak in the 2019 Presidential Election became significant considering a large number of female voters in the 2019 Presidential Election. Besides potential voters, women were also active social media users. This study aims to see the meaning of mothers towards the movement of The Power of Emak-Emak in relation to women's political participation in Indonesia. This study uses the Reception Analysis by Stuart Hall. The approach used is qualitative by conducting in-depth interviews with four active social media users. The results of the study showed that the dominant meaning of The Power of Emak-Emak Movement was part of the active role in women's political participation in the 2019 Presidential Election.

Keywords: Social Media, Political Participation, Reception, Election, Women

Pendahuluan

Herbert McClosky (1972) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan-kegiatan sukarela dari warga masyarakat dimana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan penguasa, dan secara langsung atau tidak langsung, dalam proses pembentukan kebijakan umum (Haryanto, 2011: 145). Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan, mengadakan hubungan (*contacting*) atau *lobbying* dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen dan sebagainya (Budiardjo, 2015: 367-368).

Di negara-negara demokrasi konsep partisipasi politik bertolak dari paham bahwa kedaulatan ada di tangan rakyat, yang dilaksanakan melalui kegiatan bersama untuk menetapkan tujuan-tujuan serta masa depan masyarakat itu dan untuk menentukan orang-orang yang akan memegang tampuk pimpinan. Artinya, partisipasi politik merupakan pengejawantahan dari penyelenggaraan kekuasaan politik yang absah oleh rakyat (Budiardjo, 2015: 367-369). Karena itu, partisipasi politik terkait erat dengan kesadaran politik (*political literacy*) yang menurut Bernard Crick (2000) lebih luas dari hanya sekedar pengetahuan politik, melainkan cara “membuat diri menjadi efektif dalam kehidupan publik” dan dorongan untuk “menjadi aktif, partisipatif dalam melaksanakan hak dan kewajiban baik dalam keadaan resmi maupun di arena publik yang sifatnya sukarela” (Haryanto, 2011: 143).

Partisipasi politik adalah substansi atau inti dari demokrasi, karena tidak ada demokrasi tanpa partisipasi. Di Indonesia, partisipasi politik cukup tinggi dibandingkan dengan partisipasi pemilih di negara lain. Tingkat partisipasi pemilih yang tinggi memang banyak ditemukan di negara-negara yang baru saja menjadi negara demokratis atau sebelumnya memiliki sejarah pemilu yang tidak demokratis (Mujani, Liddle, & Ambardi, 2019: 30-32). Semarak partisipasi masyarakat terlihat dalam pesta demokrasi di awal reformasi (baranews.co, 2018) pada Pemilu Legislatif (Pileg) 1999 dimana keikutsertaan pemilih mencapai 92,74%.

Meskipun belum dikeluarkan berapa angka resmi tingkat partisipasi pemilih di Pemilu 2019 namun diperkirakan cukup besar peningkatannya, bahkan Menkopolkam Wiranto (dalam Ristiano, 2019) menyampaikan bisa mencapai angka 80,90%. Pada Pemilu 2019 juga terjadi peningkatan jumlah kalangan menengah produktif, generasi muda sebagai pemilih pemula (*first time voters*) serta pemilih perempuan sehingga cukup

banyak partai politik kemudian mengarahkan target pemilihnya ketiga segmen tersebut. Jumlah cukup besar pada masing-masing segmen pemilih menjadi target khusus untuk partai politik dapat mendulang perolehan suara mereka. Menurut Dian Kartikasari, Sekretaris Jenderal Koalisi Perempuan Indonesia (dalam Hariyanto, 2019), Pemilu 2019 merupakan Pemilu terbesar di dunia dengan jumlah pemilih dalam negeri mencapai 190 juta lebih dan pemilih di luar negeri lebih dari 2 juta, dan 51 % di antaranya adalah perempuan dari jumlah lebih 813 ribu TPS.

Kesadaran warganegara Indonesia dalam menggunakan hak pilihnya dan dalam berbagai bentuk partisipasi politik semakin meningkat dengan berkembangnya teknologi internet, khususnya penggunaan media sosial (*social media*). Berdasarkan data survei APJII 2017, dari total keseluruhan pengguna internet yang tercatat sekitar 143 juta, ada 48,57% atau 69.581.382 orang di antaranya perempuan yang hampir sebanding dengan pengguna laki-laki (Apjii, 2018). Melihat data tersebut teknologi khususnya internet sudah *friendly* bagi perempuan, sama seperti laki-laki yang selama ini dikesankan lebih *'melek'* teknologi dibandingkan kaum perempuan.

Merujuk data survei APJII 2017 dimana pengguna internet separuhnya perempuan (48,57%) dan pemilih di pilpres 2019 diantaranya 51 % adalah pemilih perempuan, sehingga menarik untuk melakukan studi tentang pemaknaan partisipasi politik perempuan di kalangan ibu-ibu. Hal menarik dalam studi ini yaitu mengaitkan dua hal yakni pemaknaan tentang partisipasi politik peran perempuan (*melek politik*) dengan penggunaan media sosial yang berbasis teknologi komputer dan internet (*melek teknologi*) yang menjadi dasar teknologi informasi dan komunikasi yang perkembangannya begitu pesat saat ini.

Studi ini memfokuskan pada fenomena *The Power of Emak-Emak* khususnya di media sosial yang cukup menjadi perhatian khalayak, terlebih lagi apabila dikaitkan dengan partisipasi politik dalam Pilpres 2019. Gaung gerakan sosial (*social movement*) dengan jargon khas *The Power of Emak-Emak* ini setidaknya dipicu pada dua hal. Pertama, pernyataan cawapres Sandiaga Salahudin Uno pada tanggal 10 Agustus 2018 disampaikan saat orasinya se usai pendaftaran pilpres di gedung KPU, Jalan Imam Bonjol, Jakarta Pusat, bahwa dirinya siap memperjuangkan partai *emak-emak* yang tak masuk ke parpol pendukung (Erwanti, Ul Haq, & Andayani, 2018). Kedua, gerakan sosial *The Power of Emak-Emak* merupakan aspirasi para ibu-ibu dengan kondisi ekonomi

Indonesia belakangan yang mendapat sambutan dan perhatian dari cawapres Sandiaga Uno (Bomantama, 2018). Kemudian bermunculan beberapa kelompok gerakan yang mirip, antara lain: Barisan Emak-emak Militan Indonesia (BEMI), Persatuan Emak-Emak Prabowo-Sandi (Permakbodi), Paguyuban Emak Rempong Untuk Prabowo-Sandi (Pamerbodi), dan masih banyak kelompok sejenis lainnya. Berikut beberapa logo di antaranya:



Gambar 1. Beberapa Logo Kelompok Pendukung Prabowo-Sandi

Pemilih wanita khususnya *Emak-Emak* menjadi diskursus penting di tahun politik 2019 ini. Sandiaga Uno cawapres nomor urut 02 yang memviralkan diksi *Emak-Emak* setelah pendaftaran di KPU berhasil menarik perhatian eksistensi *Emak-Emak* sebagai konstituen pemilih dalam Pilpres 2019 yang kemudian menjadi rebutan banyak pihak. Ada sekitar setengah dari total 197 juta pemilih sementara (DPS) untuk Pemilu 2019 nanti adalah perempuan. Tak heran, jika para politisi mulai menggaungkan isu yang berhubungan dengan perempuan karena ini telah menjadi target pemilih untuk semua kandidat. Dari situs pencatat data media sosial *Spredfast* seperti dilansir dari BBC Indonesia, *Emak-Emak* mulai banyak digunakan di Twitter sejak akhir Agustus lalu dan jumlahnya hingga kini mencapai sekitar 70.000 cuitan (Pinterpolitik.com., 2018).

Studi ini menggunakan analisis resepsi (*Reception Analysis*) untuk melihat bagaimana pemaknaan khalayak ibu-ibu dalam melihat partisipasi politik perempuan dalam Pilpres 2019 khususnya terkait fenomena *The Power of Emak-Emak* di media sosial. Menurut Hall (2001), produser media bisa meng-*encode* makna tertentu dalam teks yang dihasilkannya, yang didasarkan pada pemahaman dan konteks sosial tertentu, namun perlu dicatat bahwa ketika teks tersebut dikonsumsi orang, maka orang tersebut akan melakukan *decoding* berdasarkan pada asumsi dan konteks sosial dia sendiri. Ini yang menjadikan ada perbedaan antara proses yang dihasilkan dalam *encoding* dan *decoding*-nya (Gauntlett, 2002: 24-25).

Hall (2001) berpandangan bahwa konsumsi media bukanlah aktivitas pasif. Khalayak disini menggunakan *field of experience* dan *frame of reference* mereka masing-masing. Sehingga ideologi dominan (*hegemony*) dari media tidak lagi sekedar diterima oleh khalayak aktif. Istilah *encoding - decoding* (Helen, 2004) digunakan Hall untuk mengungkapkan bahwa makna dari teks terletak antara si pembuat teks (*encoder* dalam hal ini komunikator atau profesional media) dengan pembacanya (*decoder* atau komunikan, dalam hal ini audiens media). Meskipun si pembuat teks sudah meng-*encode* teks dalam cara tertentu, namun si pembaca akan men-*decode*-nya dalam cara yang sedikit berbeda. Ideologi dominan secara khusus dikesankan sebagai *preferred readings* (bacaan terpilih) dalam teks media, namun bukan berarti hal ini diadopsi secara otomatis oleh pembaca (McQuail, 2010).

Teori ini mendorong terjadinya intepretasi-intepretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan resepsi (penerimaan). Dengan kata lain, makna tidak pernah pasti (Ida, 2010: 148). Menurut Hall (2001), walaupun media massa cenderung untuk mereproduksi suatu interpretasi dalam pesan yang disampaikan kepada khalayak, namun faktor kontekstual akan mempengaruhi bagaimana khalayak membaca pesan media. Media mampu menjadi stimuli untuk menikmati sajian pesan atau program yang ditampilkan. Isi media mampu menjadi wacana perbincangan (penerimaan khalayak) yang menarik apabila dikaitkan dengan konteks budaya (Morissan, 2013: 548-551). Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa khalayak merupakan kelompok sosial aktif dan sebagai agen budaya yang memiliki kuasa tersendiri dalam menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media massa, makna yang dibuat media bersifat terbuka dan bahkan bisa ditanggapi secara responsif oleh khalayak (Pujileksono, 2015).

Hall berpendapat ada tiga posisi khalayak dalam melakukan *decoding* terhadap pesan yang disampaikan oleh media (Hall, 2001; Nisa, 2017) yaitu:

1. Dominan, situasi di mana media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya (Hall, 2001)
2. Negosiasi, dalam posisi ini khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Pada situasi ini, khalayak bersedia menerima ideologi yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dan penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat (Hall, 2001)

3. Oposisi, hal ini bisa terjadi ketika khalayak audiens yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan arti pesannya sendiri (Hall, 2001).

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana pemaknaan khalayak ibu-ibu tentang partisipasi politik perempuan dalam Pilpres 2019?” Penelitian ini melakukan studi analisis terkait fenomena *The Power of Emak-Emak* di media sosial agar bisa menjelaskan dari pemaknaan khalayak tentang fenomena tersebut khususnya di kalangan ibu rumah tangga tentang partisipasi politik perempuan dalam Pilpres 2019.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivis, sebuah paradigma yang mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain serta dalam konstruktivis setiap individu mengalami pengalaman yang berbeda (Pendit, 2009: 8).

Untuk studi ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari rang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif digunakan agar bisa menghasilkan informasi yang lebih dalam sehingga akan memberikan pemahaman lebih baik terhadap fenomena yang diteliti oleh peneliti. Metode penelitian kualitatif didefinisikan oleh Creswell (2008) sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral (Rukajat, 2018: 6).

Untuk mengetahui gejala sentral peneliti mewawancarai partisipan penelitian dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) untuk mendapatkan informasi yang disampaikan informan dan kemudian informasi tersebut dikumpulkan untuk dilakukan analisis. Informasi tersebut biasanya berupa kata atau teks (Raco, 2010: 7). Partisipan penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah empat orang ibu-ibu yang cukup aktif di media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Line, WhatsApp. Pemilihan ibu-ibu sebagai unit analisis, selain sebagai kelompok yang sudah cukup dalam literasi digital

(*digital literacy*) juga sudah menerima terpaan tema bahasan *The Power of Emak-Emak* yang marak penyebarannya di media sosial.

Tabel 1. Profil Informan

No	Kategori	Informan 1 (RB)	Informan 2 (MI)	Informan 3 (IT)	Informan 4 (NR)
1	Lokasi	Bogor	Jakarta	Tangerang	Jakarta
2	Pendidikan	SMA	S1-Universitas	S1-Universitas	D3-Akademi
3	Pekerjaan	Pegawai swasta	Ibu rumah tangga	Wiraswasta	Ibu rumah tangga
4	Media	TV, online	TV, online	TV, cetak, online	TV, Radio, cetak, online
5	Tema bahasan disukai	Kemanusiaan, Politik dan sosial	Politik, sejarah khazanah Islam	Sosial, hukum, lingkungan, Pilpres 2019	Politik, kajian Islam
6	Sosial media	Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp	Facebook, Line, Whatsapp	Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp	WhatsApp, Telegram

Dari empat informan, dua orang berdomisili di Jakarta, seorang di Bogor dan satu orang lagi di Tangerang. Dari aspek Pendidikan, dua orang pendidikan terakhir S1, satu orang berpendidikan D3, sementara satu orang ibu berlatar pendidikan SMA. Dari pekerjaan informan, dua orang sebagai ibu rumah tangga, satu orang wiraswasta dan satu orang pegawai swasta. Sebagian besar informan menjadikan televisi dan media online sebagai sumber informasi dan hiburan, kemudian cetak (majalah/surat kabar) dan radio. Topik atau tema bahasan yang disukai informan seputar kemanusiaan, politik, sosial, hukum, lingkungan, sejarah, kajian/khazanah Islam, dan Pilpres 2019. Dari akses media sosial, keseluruhan informan ibu-ibu mengakses media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, Telegram dan sebagainya dan cukup aktif baik untuk *chat, posting, ngetwit* atau pun sekedar *browsing* meng-*update* berita-berita yang di-*share* melalui media lainnya.

Hasil dan Pembahasan

Pemaknaan The Power of Emak-Emak

Berikut adalah tanggapan informan tentang *The Power of Emak-Emak* di media sosial:

“... gerakan *the power of Emak-emak* muncul karena adanya ketidakadilan dan kelambanan pemerintah dalam menyelesaikan masalah ekonomi, sosial, politik, dan keadilan hukum. Dimana masalah-masalah tersebut otomatis terkait juga dengan urusan emak-emak sebagai bagian dari masyarakat. Menurut saya gerakan *the power of Emak-emak* sangat baik, karena mendukung terciptanya kekuatan di medsos yang berdampak pula pada sikap emak-emak di dunia nyata, yang lalu mendirikan komunitas emak-emak seperti contohnya permakbodi dan pepes. Saya mendukung Gerakan "TPoEE" karena sudah melihat kekuatan yang diciptakan oleh suara dari emak-emak. Dan pemerintah juga ada ketakutan dengan suara emak-emak ini ditandai dengan adanya kasus kriminalisasi Ibu Asma Dewi dan Nelly Rosa Ringo.” (RB, wawancara, 22 April 2019)

“*The power of emak-emak*, suatu gerakan sosial yang tercetus dan bermula secara spontan karena keresahan para ibu tentang mulanya kondisi ekonomi, terutama, dimana kenaikan harga barang dan jasa yang dirasa semakin memberatkan dari hari ke hari, kemudian hukum, sependek ingatan saya bermula dari Ibu Asma Dewi yang karena statusnya di media sosial, beliau dijadikan tersangka dan divonis hukuman penjara, kemudian bergulir ke agama/sosial. Tidak dapat dipungkiri "sukses" hajatan 212 tidak terlepas dari peran ibu-ibu/emak-emak dan terakhir memuncak di Pilpres 2019 dimana ibu-ibu/emak-emak menjadi sangat peduli "politik" dengan semangat yang luar biasa mendukung salah satu calon presiden yang mereka yakini dapat menjawab semua keresahan mereka. Sangat positif. Dengan gerakan *the power of emak-emak*, para ibu seperti dibangun kesadaran mereka terhadap situasi ekonomi, hukum, sosial, politik dan agama. Ilustrasi sebagian sudah saya uraikan di poin 1. Kesadaran ini sangat sangat positif karena para ibu yang semula tidak terlalu peduli dengan politik dan hukum menjadi seperti disadarkan dan diajak berpikir dan mencari solusi untuk permasalahan-permasalahan tsb.” IT, wawancara, 21 April 2019)

Melihat respon ibu-ibu dalam memaknai fenomena *The Power of Emak-Emak* dari analisis pemaknaan (*Reception Analysis*) dari Stuart Hall (2001), bisa disimpulkan informan cenderung pada pemaknaan sominan, dimana media sosial menyampaikan pesan, dan ibu-ibu sebagai khalayak menerimanya. Pemaknaan pada *The Power of Emak-Emak* yang disampaikan di media sosial disukai khalayak. Dengan kata lain, baik media maupun khalayak sama menggunakan budaya dominan yang berlaku.

Pemaknaan Partisipasi Politik Perempuan

Berikut adalah tanggapan informan tentang partisipasi politik perempuan:

“Dalam zaman yang modern ini, dan semakin tingginya tingkat pendidikan perempuan Indonesia, maka perempuan golongan terdidik ini yang kemudian menikah dan menjadi ibu-ibu, tentunya ingin menciptakan generasi yang lebih baik lagi di dalam keluarganya, tentu mereka menginginkan harga-harga ekonomi yang terjangkau, yaitu harga utk pendidikan anak-anak mereka, juga harga-harga kebutuhan pokok sehari-hari demi berlangsungnya kehidupan masing-masing keluarga. Dan itu semua terkait dengan kebijakan dari pemerintah yang sedang berkuasa, dan politiklah tempatnya. Maka mereka ingin ikut serta dalam membangun bangsa yang akhirnya itu masuk dalam ranah politik. Dan sekarang sudah banyak pula politisi-politisi dari kaum wanita yang duduk di DPR.” (RB, wawancara, 22 April 2019)

“Partisipasi politik di kalangan ibu-ibu jelang Pilpres ini animonya luar biasa. Mereka siap berkorban jiwa raga dalam memperjuangkan presiden yang mereka pilih. Mereka siap rugi asal presiden pilihannya menang. Di media semacam WhatsApp itu emak-emak juga nggak kalah argumennya dengan politikus, yang jelas banyak emak-emak yang pingin ada perubahan. Pingin kondisi dan kemampuan belanjanya balik lagi seperti dulu. Jadi bisa memberikan menu terbaik untuk keluarga di rumah. Juga anak-anaknya mendapatkan pendidikan yang terbaik juga dari pemerintah.” (NR, wawancara, 20 April 2019)

Sikap pemaknaan ibu-ibu berkaitan dengan partisipasi politik perempuan saat ini terlihat lebih beragam, meskipun secara umum mereka sepakati bahwa partisipasi politik perempuan diperlukan dalam berperan serta dalam kehidupan berbangsa. Informan RB, IT dan NR merasakan pentingnya partisipasi perempuan dalam politik dan menyadari bahwa peran tersebut berdampak pada kehidupan pribadi dan keluarga mereka (pemaknaan dominan).

Namun, informan MI meskipun sepakat dengan pentingnya partisipasi politik perempuan namun belum maksimal, masih sedikit jumlah perempuan di parlemen dan suara aspirasi mereka masih sering diabaikan. Maka cenderung pemaknaannya negosiasi, dalam hal ini menerima yang dominan bersifat umum, namun akan melakukan beberapa pengecualian dan penerapannya yang disesuaikan.

“Ya. Setiap warga negara berhak menyuarakan pendapatnya dan dijamin oleh Negara. Sayangnya untuk saat ini kebebasan untuk berpendapat jika bertentangan oleh kebijakan pemerintah dianggap makar. Alhamdulillah sudah mendapat perhatian dari partai-partai, walau jumlahnya masih sedikit sehingga kadang-kadang kualitas pribadi suka luput dari syarat untuk bergabung.” (MI, wawancara, 19 April 2019)

“Hak politik perempuan ada dalam UU no. 8 thn 2012. Dalam UU tsb perempuan punya hak berpolitik untuk menyampaikan hak suaranya. Punya hak untuk memilih dan untuk dipilih. Di Indonesia sekarang banyak juga wanita yang ikut berpolitik baik secara aktif maupun pasif. Aktif dalam arti kata sudah banyak perempuan yang terpilih menjadi lurah, bupati, anggota parlemen juga sebagai menteri di pemerintahan. Pasif dalam arti kata para perempuan-perempuan tidak ikut dalam pemerintahan namun mereka tetap aktif dalam menunjukkan hak politik mereka. Misalnya, jelang Pilpres Indonesia 17 April 2019 ini, para perempuan mendirikan ormas atau relawan sebagai pendukung salah satu

paslon. Merekapun sangat aktif dalam mengkampanyekan paslon pilihannya dengan harapan paslon yang mereka dukung terpilih sebagai presiden Indonesia masa bakti 2019 – 2024.” (NR, wawancara, 20 April 2019)

Menanggapi kondisi berkaitan dengan hak dan partisipasi politik perempuan di Indonesia saat ini, dua orang informan RB dan NR sama cenderung pada penyikapan pemaknaan dominan yakni dianggap baik sesuai harapan. Sementara untuk informan MI dan IT menyikapi pemaknaan tentang hak dan partisipasi politik perempuan di Indonesia saat ini cenderung negosiasi, masih ada beberapa catatan karena belum terpenuhinya harapan seharusnya.

Berkaitan partisipasi politik perempuan di Indonesia, harapan informan:

“Harapan saya tentang peran dan partisipasi politik perempuan, agar lebih banyak lagi perempuan yang bisa memegang jabatan politis di parlemen, karena mereka yang akan membuat peraturan perundangan-undangan, yang mengerti tentang masalah-masalah perempuan dan penyelesaiannya.” (RB, wawancara, 22 April 2019)

“Berharap partai politik lebih membuka kesempatan untuk kaum perempuan tapi tetap yang berkualitas lahir dan batin. Jangan merasa sudah berkualitas tapi menggadaikan "moral/aqidah"nya. Jangan ikut menggolkan usaha-usaha yang merusak moral anak bangsa (LGBT, pergaulan bebas, narkoba), merusak Sumber Daya Alam dan lingkungan.” (MI, wawancara, 19 April 2019)

Tentang harapan berkaitan dengan hak dan partisipasi politik perempuan di Indonesia di masa depan, keseluruhan informan melakukan pemaknaan dominan> Mereka berharap perempuan dapat berpartisipasi dalam politik di Indonesia lebih optimal dan diberikan peluang lebih untuk mencalonkan diri pada posisi tertinggi dalam jabatan politik maupun berkiprah di bidang-bidang profesional lainnya.

Penutup

Terkait fenomena *“The Power of Emak-Emak”* yang bergaung di media sosial, empat informan seluruhnya melakukan pemaknaan dominan. Ibu-ibu melihatnya sebagai bagian dari peran aktif dalam partisipasi politik perempuan di Pilpres 2019. Dalam hal ini, media sosial menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Dengan kata lain, baik media maupun khalayak sama menggunakan budaya dominan yang berlaku.

Dalam pemaknaan ibu-ibu berkaitan dengan partisipasi politik perempuan terlihat lebih beragam, meskipun secara umum mereka sepakat bahwa partisipasi politik

perempuan diperlukan dalam berperan serta dalam kehidupan berbangsa, namun dirasakan belum maksimal. Masih sedikit jumlah perempuan di parlemen dan suara aspirasi mereka sering diabaikan. Maka pemaknaannya cenderung negosiasi, dalam hal ini menerima yang dominan bersifat umum, namun akan melakukan beberapa pengecualian dan penerapannya yang disesuaikan.

Berkaitan harapan dengan hak dan partisipasi politik perempuan di Indonesia di masa depan, keseluruhan informan ibu-ibu melakukan pemaknaan dominan. Secara umum partisipasi politik perempuan di Indonesia sudah tidak sebatas wacana, melainkan diharapkan dalam bentuk peran aktif dan kesempatan harus dibuka seluas-luasnya baik dalam mengisi jabatan politik maupun berkiprah di bidang-bidang profesional lainnya.

Daftar Pustaka

- Apjii.com. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2017/download/c0nd2VUeHBajw9pPumERD8X5MKtgxC>
- baranews.co. (2018). *PEMILU 2019: Antara Semarak atau Redupnya Pesta Demokrasi*. Retrieved from <http://baranews.co/2018/03/03/pemilu-2019-antara-semarak-atau-redupnya-pesta-demokrasi/>
- Bomantama, R. (2018). *Partai Emak-emak Pendukung Prabowo-Sandi Dideklarasikan*. Retrieved from <http://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/08/23/partai-emak-emak-pendukung-prabowo-sandi-dideklarasikan>.
- Budiardjo, M. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Erwanti, M. O., Ul Haq, M. F., & Andayani, D. (2018). *Cerita Sandiaga dan Partai Emak-emak*. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4161018/cerita-sandiaga-dan-partai-emak-emak>
- Gauntlett, D. (2002). *“Stuart Hall and Predecessors”*. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. London and New York: Routledge.
- Hall, S. (2001). *Encoding-Decoding: Media and Cultural Studies*, Eds. Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.
- Haryanto, G. G. Literasi Politik: Dari Normativis Ke Tindakan. *CommLine*, 2(2), 137-149.
- Hariyanto, P. (2019). *Peran dan Kedudukan Perempuan dalam Pemilu, Wujud Capaian Emansipasi*. Retrieved from <https://nasional.sindonews.com/read/1397548/12/peran-dan-kedudukan-perempuan-dalam-pemilu-wujud-capaian-emansipasi-1555812217>
- Ida, R. (2010). *Metode Penelitian Studi Media dan Budaya*. Surabaya: Airlangga University Press.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia.
- Mujani, S., Liddle, R. W., & Ambardi, K. (2019). *Kaum Demokrat Kritis: Analisis Perilaku Pemilih Indonesia Sejak Demokratisasi*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 74-89. Retrieved from <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKG/article/view/9195>
- Pendit, P. L. (2009). *Merajut Makna: Penelitian Kualitatif Bidang Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: Cita Karya Karsa Mandiri.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.

- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. Jakarta: P.T. Grasindo.
- Pinterpolitik.com. (2018). *Jokowi Prabowo Berebut Emak-Emak*. Retrieved from 30 Mei 2019 <https://pinterpolitik.com/jokowi-prabowo-berebut-emak-emak/>.
- Ristiano, C. (2019). *Wiranto: Pelaksanaan Pemilu 2019 Dapat Banyak Apresiasi dari Luar Negeri*. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/24/11252091/wiranto-pelaksanaan-pemilu-2019-dapat-banyak-apresiasi-dari-luar-negeri>.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.