

BAB I

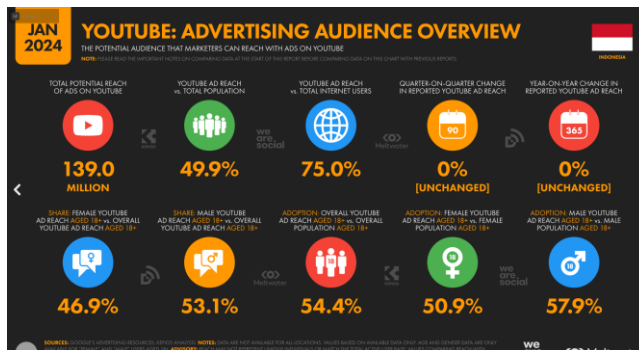
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media massa berfungsi untuk menyebarkan informasi kepada khalayak umum. Kehadirannya berperan penting dalam membentuk opini publik, memengaruhi pandangan sosial, hingga memberikan pemahaman mendalam mengenai isu-isu tertentu (McQuail, 2010). Dengan kemajuan teknologi, media massa kini tidak hanya terfokus pada saluran tradisional seperti televisi dan radio, tetapi juga telah memasuki ranah media digital yang lebih inovatif dan bersifat interaktif. Media massa digital memungkinkan informasi disebarluaskan secara cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas tanpa dibatasi ruang dan waktu (Croteau & Hoynes, 2013).

Dalam konteks komunikasi massa, pengiriman informasi lewat media digital sangat mempengaruhi audiens. Seperti yang terlihat, beragam jenis konten serta keterlibatan pengguna di zaman digital ini memberikan kesempatan bagi perorangan, kelompok, komunitas, atau masyarakat secara luas untuk membuat, mendistribusikan, dan menikmati berbagai bentuk konten di platform internet, terutama jejaring sosial. Di platform ini, pengguna dapat merespon konten secara langsung dengan cara memberikan komentar, memberikan simbol suka, atau membagikan konten. Hal ini menciptakan kesempatan bagi dialog publik serta interaksi antara pencipta konten dan penonton (Hasan et al., 2023).

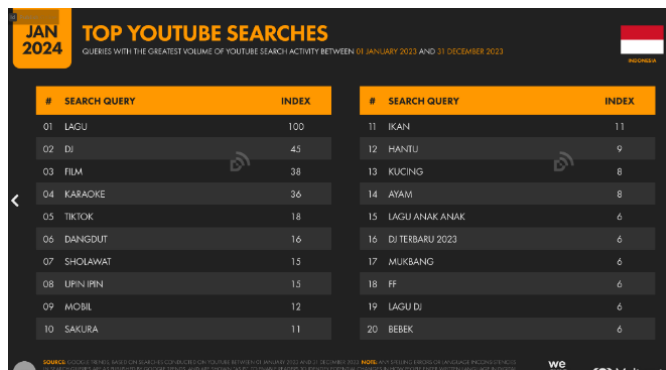
Salah satu jenis platform sosial yang saat ini sangat sering dipakai adalah youtube, yang menjadi salah satu media terkenal di berbagai kelompok usia. Berdasarkan hasil survei dari *we are social* menjelaskan bahwa terdapat 139 juta pengguna youtube yang ada di Indonesia dengan gender perempuan 50,9 persen dan laki-laki 57,9 persen.



Gambar 1.1: Jumlah Pengguna Youtube

Sumber: (we are social, 2024)

Youtube telah menjadi fokus utama dalam pandangan publik. bahkan, banyak pengguna serta pemirsa televisi yang beralih ke platform youtube. perubahan ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor dari pihak pengguna youtube, salah satunya adalah kemudahan akses pengguna dapat menonton konten tanpa batas waktu dan lokasi, cukup menggunakan gawai pintar. Selain itu youtube memiliki fitur yang memudahkan penggunaannya untuk mengunggah, membagikan, dan mengonsumsi berbagai jenis konten termasuk film (Vira & Reynata, 2022).



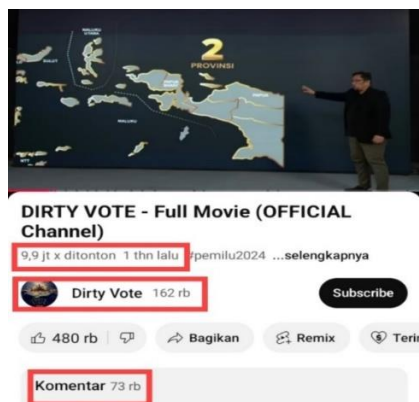
Gambar 1.2: Pencarian Terpopuler di Youtube

Sumber: (we are social, 2024)

Hal ini sejalan dari laporan dari *we are social* mengenai pencarian yang populer di youtube ternyata didominasi oleh Film pada peringkat ketiga. Jenis film yang disajikan youtube ialah film drama keluarga, komedi, horor, fiksi ilmiah, hingga film dokumenter (Cicik Novita, 2024). Film dokumenter di youtube memiliki peran penting dalam memberikan edukasi, penyampaian realitas sosial, dan membangun kesadaran kritis di kalangan masyarakat. konten dokumenter yang mengangkat isu-isu sosial dan politik sering kali memicu diskusi publik yang luas, memengaruhi persepsi bahkan memengaruhi tindakan sosial (Aufderheide, 2007).

Film dokumenter yang sempat menarik perhatian di dalam masyarakat ialah film dokumenter *dirty vote*. yang menyoroti permasalahan tentang kemungkinan penipuan yang terjadi di balik pemilihan presiden dan wakil presiden pada tahun 2024. Dalam kecurangan tersebut terdapat keterlibatan alat kekuasaan yang digunakan demi meraih kemenangan dalam pemilu serta merusak sistem demokrasi. Film dokumenter tentang kecurangan pemilu disutradarai oleh Dandy Laksono bekerja sama dengan tiga akademisi hukum tata negara: Zainal Arifin Mochtar, Bivritri Susanti, Feri Amsari untuk menjelaskan pola kecurangan dalam

penyelenggaraan pemilu (Levana, 2024). Film dokumenter ini dapat disaksikan di platform media sosial youtube dengan judul *dirty vote* full movie.



Gambar 1.3: Film Dokumenter *Dirty Votep*

Sumber: (Dirty Vote, 2024b).

Dari penayangan film tersebut sukses meraih 9,9 juta penonton dan komentar sebanyak 73 ribu (Dirty Vote, 2024b). Tingginya angka penayangan ini bukan tanpa alasan mengingat pengkajian riset film *dirty vote* memerlukan waktu yang lebih panjang daripada proses produksi film itu sendiri. Upaya ini dilakukan tidak hanya sebagai langkah prudensial, tetapi juga untuk menjamin bahwa data yang diterima oleh masyarakat itu akurat. Sepanjang sejarah pemilu dapat dilihat bahwa kecurangan itu sistematis dan terus berulang, untuk itu *dirty vote* hadir untuk menjahitnya kembali (Arifin, 2024).

Terdapat beberapa hal yang diungkapkan dalam film dokumenter ini, yakni berkaitan dengan pelanggaran penguasaan wilayah yang dilakukan oleh Presiden untuk memenuhi syarat satu putaran, kecurangan yang melibatkan penunjukkan 20 pejabat Gubernur dan Kepala Daerah dengan cara yang kurang transparan, adanya tekanan kepada kepala desa agar mendukung salah satu paslon. adanya masalah mengenai penyaluran bantuan sosial yang dinilai berlebihan, kampanye tersembunyi oleh Menteri Kabinet Presiden, ketidakmampuan Bawaslu dalam menegakkan pelanggaran pemilu, serta kegagalan yang tampak dalam regulasi usia calon wakil presiden sebagaimana yang ditetapkan oleh Mahkamah Konstitusi (Dwi Andika, 2024).

Menonton film dokumenter *dirty vote* dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap khalayak, terutama dalam membentuk kepuasan terhadap apa yang disampaikan dalam film tersebut. Untuk menilai tingkat kepuasan, diterapkan teori penggunaan dan pemuasan yang menerangkan bahwa kepuasan tercapai melalui faktor informasi, identitas individu, integrasi sosial, dan hiburan (Blumler, Jay G., Ed.; Katz, Elihu, 1974). Di sisi lain, dampak media yang disampaikan lewat film

dokumenter dapat dinilai dari seberapa sering seseorang menonton, lamanya waktu menonton, dan perhatian yang diberikan saat menonton. Untuk itu fokus penelitian ini mengarah pada pengguna youtube yang telah menonton film dokumenter *dirty vote* dan memberikan komentar di akun youtube *dirty vote full movie*. Dari penjelasan diatas peneliti merumuskan judul penelitian “pengaruh terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* terhadap tingkat kepuasan penonton di akun youtube *dirty vote*”

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian sebelumnya, peneliti menyusun pertanyaan penelitian yang menjadi pokok bahasan utama sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* di kanal *youtube dirty vote full movie*?
2. Bagaimana tingkat kepuasan penonton setelah menonton film dokumenter *dirty vote* di kanal *youtube dirty vote full movie*?
3. Apakah tingkat terpaan menonton memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan penonton film dokumenter *dirty vote* di akun *youtube dirty vote full movie*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui tingkat terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* di kanal *youtube dirty vote full movie*, dengan mendeskripsikan sejauh mana frekuensi, durasi, dan atensi penonton terhadap film *dirty vote*, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai intensitas keterpaparan responden terhadap tayangan tersebut.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan penonton setelah menonton film dokumenter *dirty vote* di kanal *youtube dirty vote full movie*. Tujuan ini mendeskripsikan sejauh mana penonton memperoleh kepuasan setelah menonton film *dirty vote*. yang mencakup aspek kepuasan kognitif, afektif, personal, sosial, dan pelepasan ketegangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan menonton terhadap tingkat kepuasan penonton film dokumenter *dirty vote* di kanal *youtube dirty vote full movie*. Tujuan ini menganalisis pengaruh antara intensitas terpaan menonton dengan tingkat kepuasan penonton, guna melihat sejauh mana aktivitas menonton film *dirty vote* berdampak pada tingkat kepuasan mereka.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

1. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi massa dan studi khalayak. Melalui pendekatan teori Uses and Gratifications, hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana terpaan menonton terhadap film dokumenter di platform digital seperti YouTube dapat memengaruhi tingkat kepuasan audiens.
2. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi empiris bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji perilaku khalayak terhadap media baru, terutama dalam konteks konsumsi konten politik berbasis dokumenter yang bersifat edukatif dan kritis seperti Dirty Vote. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperluas penerapan teori Uses and Gratifications pada konteks media digital dan isu sosial-politik kontemporer di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Pembuat film dokumenter

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana tingkat terpaan menonton dan kepuasan penonton terhadap film dokumenter Dirty Vote dapat menjadi tolok ukur keberhasilan pesan yang disampaikan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan audiens, pembuat film dapat meningkatkan kualitas narasi, penyajian visual, dan relevansi isu agar lebih efektif dalam menarik perhatian serta memenuhi kebutuhan informasi publik.

2. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan acuan atau bahan perbandingan dalam penelitian-penelitian sejenis yang menelaah hubungan antara terpaan media dengan kepuasan audiens, baik di platform digital maupun media konvensional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Konsep

2.1.1. Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Film merupakan alat komunikasi publik melalui media. Film memiliki andil besar dalam memengaruhi perubahan perspektif massa. Proses dibuatnya dan dipertontonkannya sebuah film kepada publik bukanlah proses sederhana, dalam sebuah film ada upaya penyisipan sisi-sisi ideologi, yakni cara pandang yang mengajak massa untuk percaya pada satu hal dan menolak mempercayai yang lain. Ideologi apapun tanpa terkecuali bisa disisipkan dalam sebuah film (Panuju Redi, 2021).

Menurut Mudjiono (2011) film dapat dipandang sebagai ekspresi seni visual yang memiliki nilai estetis khas serta daya tarik yang kuat bagi masyarakat luas. Dalam perkembangannya, media ini telah melekat pada kehidupan kontemporer dan hadir kedalam beragam bentuk tampilan, seperti bioskop, rekaman video, hingga siaran televisi. Di dalamnya tersaji beragam kisah dan pengalaman hidup yang dikemas secara menarik. Melalui media, film berperan dalam proses komunikasi dengan tujuan memengaruhi sikap serta perilaku individu.

Film seolah memiliki pengaruh tersendiri yang menghipnotis para penonton, beberapa adegan dalam film yang membawakan suatu pesan kerap membekas kedalam diri penonton.

Meskipun film dan komunikasi massa merupakan dua konsep yang tidak sepenuhnya identik, keduanya memiliki keterkaitan yang kuat. Komunikasi massa sendiri merujuk pada bentuk penyampaian pesan yang melibatkan media sebagai perantaranya untuk menjangkau khalayak luas, dan saat ini film dipandang sebagai salah satu saluran komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada publik. Media komunikasi yang bersifat meyakinkan terasa sangat cocok jika menggunakan film sebagai sarana penyampaian. Banyak fungsi yang dimiliki film memiliki kesamaan dan saling terhubung dengan fungsi komunikasi massa. Beberapa fungsi tersebut adalah; fungsi informasi yang ditemukan dalam berita, fungsi instruksi yang ada dalam film edukasi, dan fungsi persuasif yang sering terdapat dalam film dokumenter. Keberadaan film dalam ranah komunikasi massa dapat berfungsi sebagai alat atau media untuk menyebarkan pesan kepada publik. Apalagi saat ini, penggunaan film sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat dianggap efektif dan lebih mudah dipahami karena penyajiannya tidak monoton. Film memiliki pengaruh besar dalam membentuk perilaku masyarakat melalui alur cerita yang ditawarkan (Mustofa, 2022).

2.1.2. Jenis-Jenis Film

Film terdiri atas berbagai kategori yang memiliki kriteria serta aturan tersendiri. Menurut (Imanto, 2007), setiap jenis film dibuat untuk memenuhi fungsi dan sasaran yang berbeda-beda seperti:

1. Film dokumenter menyajikan realitas dalam berbagai bentuk dan dibuat untuk beragam kepentingan. Meskipun demikian, secara umum film dokumenter berfungsi sebagai media penyampaian informasi, edukasi, hingga propaganda kepada individu maupun kelompok tertentu. dewasa ini, dokumenter telah menjadi tren dalam industri perfilman dunia. Bagi para sineas, proses pembuatan film dokumenter memberikan ruang untuk bereksperimen sekaligus menjadi sarana pembelajaran yang berharga.
2. Film pendek, merupakan bentuk karya sinema yang memiliki durasi tidak lebih dari satu jam. Dalam kalangan tertentu, film ini sering dimanfaatkan sebagai media eksperimental dan menjadi tahap awal untuk mempelajari berbagai aspek dalam dunia perfilman sebelum beranjak ke produksi film berdurasi panjang.
3. Film panjang merupakan jenis film yang diputar di bioskop dan ditujukan untuk khalayak umum sebagai bentuk hiburan atau tontonan publik. film ini memiliki durasi lebih dari 60 menit, dengan panjang waktu tayang yang umumnya berkisar antara 100 hingga 120 menit.
4. Program film di televisi. Tipe film ini adalah bagian dari tayangan program televisi dan umumnya dibuat oleh stasiun televisi itu sendiri atau bekerja sama dengan produksi film. Pada umumnya, program televisi terbagi menjadi dua kategori, yaitu film naratif dan non naratif. Kategori naratif terdiri dari fiksi dan non fiksi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dari itu peneliti memfokuskan untuk melihat satu film yakni film dokumenter.

2.1.3. Film Dokumenter

Menurut Putra (2013) salah satu aspek penting dalam film dokumenter yakni menyajikan konten yang berbasis pada kejadian dan fakta nyata dengan menghadirkan sosok, peristiwa, dan tempat yang benar-benar eksis dalam kehidupan sehari-hari. berbeda dengan film fiksi yang bersifat imajinatif dan menciptakan alur cerita, film dokumenter justru merekam kejadian yang otentik. Umumnya, dokumenter tidak mengikuti struktur naratif seperti fiksi yang memiliki tokoh protagonis maupun antagonis, konflik, dan penyelesaian. Sebaliknya, dokumenter disusun berdasarkan tema tertentu atau sudut pandang kreatif dari pembuatnya. Narasi yang digunakan dalam dokumenter biasanya dibuat

sederhana agar penonton mudah mencerna dan mempercayai informasi yang ditampilkan.

Film dokumenter memiliki beragam metode dalam menyampaikan informasi yang faktual kepada penonton. Film dokumenter memiliki keunggulan dalam merekam kejadian secara langsung. Proses pembuatannya bisa berlangsung dalam waktu singkat maupun selama beberapa bulan. Jenis film ini hanya menampilkan peristiwa-peristiwa yang benar-benar terjadi di dunia nyata (Putra, 2013).

2.1.4. Film Dokumenter *Dirty Vote*

Adanya keprihatinan serius terhadap maraknya kecurangan dalam pelaksanaan pemilu di Indonesia menjadi latar belakang terciptanya film ini. Dalam film tersebut ditampilkan berbagai elemen penting yang mengungkap persoalan. Termasuk pelanggaran Presiden terhadap kekuasaan wilayahnya selama kampanye satu putaran, penyimpangan dalam proses penunjukkan 20 pejabat gubernur dan kepala daerah yang tidak transparan, adanya tekanan terhadap kepala desa untuk memberikan dukungan kepada calon tertentu, serta distribusi bantuan sosial yang dilakukan secara berlebihan, menteri kabinet presiden melakukan kampanye terselubung, ketidakmampuan Bawaslu untuk menegakkan pelanggaran, dan ketidakwajaran dalam putusan sidang Mahkamah Konstitusi (MK) tentang persyaratan usia paling rendah bagi seseorang yang mencalonkan diri sebagai wakil presiden (Dwi Andika, 2024).

Film (*Dirty Vote*, 2024) diawali dengan rangkaian cuplikan video yang menampilkan pernyataan Presiden Joko Widodo bahwa anak anaknya tidak berminat terlibat dalam dunia politik karena tengah fokus membangun usaha. Namun, video tersebut kemudian dipertentangkan dengan pencalonan Prabowo yang berpasangan bersama Gibran putra pertama Presiden dalam pemilihan umum 2024. Hal ini menjadi polemik di masyarakat, menurut Humaira (2024) Selaku sahabat peradilan menyampaikan bahwa rusaknya integritas pemilu 2024 atas pendaftaran pasangan calon 02, secara spesifik kepada calon wakil presiden 02, dinilai cacat dan tidak sah dikarenakan Undang-Undang Pemilu belum merevisi perubahan batas usia kandidat 40 tahun ke dalam UU Pemilu yang mana Gibran Rakabuming Raka sebagai cawapres 02 berusia 36 tahun. Hal tersebut mengakibatkan pemilu 2024 tidak *legitimate*.

Batas usia minimal bagi individu yang ingin mencalonkan diri sebagai presiden maupun wakil presiden sebelumnya ditetapkan sebesar 40 tahun. Akan tetapi, melalui putusan Nomor 90/PUU-XXI/2023, Mahkamah Konstitusi menilai bahwa ketentuan dalam Pasal 169 huruf q undang-undang pemilu tidak sejalan dengan amanat UUD 1945. Dalam putusan tersebut, MK merevisi ketentuan usia minimum dengan menambahkan bahwa cawapres "berusia minimal 40 tahun atau memiliki pengalaman menjabat dalam posisi yang diperoleh melalui proses

pemilihan umum, termasuk jabatan kepala daerah yang dipilih langsung oleh rakyat” (Febryan A, 2023). Perubahan tersebut dipicu oleh peran Anwar Usman paman dari Gibran yang saat itu menjabat sebagai ketua Mahkamah Konstitusi dan dinilai telah melanggar kode etik karena diduga melakukan pendekatan kepada hakim-hakim MK lainnya guna melancarkan pencalonan Gibran sebagai wakil presiden. Atas tindakannya tersebut Majelis Kehormatan Mahkamah Konstitusi (MKMK) mengadakan sidang etik dan memberhentikan Anwar Usman sebagai Ketua MK (Kristanto Tri Agung, 2024).

Kristanto Tri Agung (2024) menuturkan Mahkamah konstitusi secara normatif dinilai sebagai negatif legislator, yaitu dengan membatasi perannya sebatas sebagai pihak yang membatalkan norma, tanpa mengambil posisi sebagai pihak yang merumuskan norma baru, karena hal tersebut merupakan kewenangan DPR bersama presiden sebagai pembentuk undang-undang (positif legislator). Oleh karena hanya sebagai pembatal norma, akibat dari putusan Mahkamah Konstitusi seyogianya tidak menyangkut dan berdampak langsung kepada diri pribadi secara individual. Keputusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023 secara praktik digunakan oleh salah satu pasangan capres-cawapres sebagai landasan untuk mendukung strategi politik mereka. Mahkamah Konstitusi yang seharusnya hanya mengadili suatu norma bertentangan atau tidak dengan konstitusi dalam putusan ini telah memberi keputusan yang dampaknya langsung terkait dengan diri pribadi seseorang, yaitu kepada salah satu pasangan capres dan cawapres dalam kontestasi pemilu 2024.

Selanjutnya pelanggaran penguasaan wilayah yang dilakukan oleh Presiden Jokowi untuk meloloskan syarat satu putaran. Di dalam film *dirty vote* menurut Feri Amsari, jika pasangan kontestan pilpres menerima lebih 50% suara di setiap provinsi Indonesia, mereka dapat menang dalam satu putaran pemilu 2024. Salah satu provinsi yang menjadi pembahasan ialah pulau Papua. Jika sebelumnya Papua hanya memiliki dua Provinsi, sekarang ada empat. Mereka adalah Papua Selatan, Tengah, Pegunungan, dan Barat Daya yang didirikan pada bulan Desember 2022 dan berpartisipasi dalam pemilu langsung pada tahun 2024. Berbeda dengan Provinsi Kalimantan Utara yang didirikan pada tahun 2013 tetapi mereka tidak bisa ikut pemilu, mereka harus menunggu 6 tahun untuk ikut pemilu tahun 2019. Oleh karena itu, distribusi wilayah di Papua akan sangat penting untuk pemilihan umum 2024 karena populasinya sebanding dengan Pulau Jawa. Untuk itu Papua menjadi titik sentral wilayah kekuasaan Jokowi karena pada pilpres 2019 Jokowi unggul di wilayah Papua (Dirty Vote, 2024b).

Pakar hukum Feri Amsari menyoroti adanya inkonsistensi dalam penunjukan sejumlah Pejabat Kepala Daerah sejak tahun 2021. Presiden secara langsung menunjuk 20 Pejabat (PJ) Gubernur, sedangkan 182 Pejabat Wali Kota dan Bupati berada di bawah evaluasi Ombudsman bersama Komisi Informasi Pusat (KIP) Menjelang Pemilu 2024, Para pejabat negara tersebut memegang pengaruh

atas kurang lebih 140 juta individu yang telah terdaftar sebagai pemilih tetap di berbagai wilayah Indonesia. Ia juga mengungkap potensi penyimpangan serta penyalahgunaan kekuasaan oleh kepala daerah selama masa pemilihan presiden. Salah satu contohnya adalah ketidakkonsistenan yang terlihat dari tindakan seperti penurunan baliho milik pasangan Ganjar-Mahfud di Bali, serta pembatasan aktivitas kegiatan gerakan politik Anies Baswedan disejumlah wilayah (Dwi Andika, 2024).

Selain itu, aparat penegak hukum memberikan tekanan serta mendorong para kepala desa agar menyatakan afiliasi politik kepada salah satu pasangan capres. Dalam film (*Dirty Vote*, 2024) diperlihatkan cuplikan video tentang ribuan kepala desa hadir di Gelora Bung Karno untuk mendukung salah satu paslon. Organisasi desa bersatu ini mencakup ribuan kepala desa yang tersebar di seluruh Sumatera, Jawa, Kalimantan, dan Sulawesi.

Zainal Arifin dalam (Dwi Andika, 2024) menuturkan, Desa bersatu menjadi sangat seksi di mata publik karena organisasi desa ini diisi hampir 81 juta suara DPT di Indonesia. Selain itu ditemukan rekaman suara yang memperdengarkan imbauan kepada pejabat desa untuk mendorong keberhasilan satu pasangan presiden dan wakilnya dengan berbagai cara. Tindakan tersebut melibatkan intervensi dari aparat penegak hukum.

Anggaran bantuan sosial terus meningkat tiap jelang pemilihan mulai dari 2014, 2019, dan 2024, kata Bivitri Susanti. Selain itu, dia menyatakan bahwa sejumlah menteri diduga melakukan politisasi bansos untuk mendapatkan suara masyarakat untuk paslon tertentu (Dwi Andika, 2024). Dalam film (*Dirty Vote*, 2024b) diperlihatkan dua menteri kabinet Jokowi sedang membagikan bansos, yakni Zulkifli Hasan selaku menteri perdagangan dan Airlangga Hartarto yang menjabat sebagai Menko perekonomian republik Indonesia. Pada proses pembagian bansos Zulkifli Hasan menyampaikan orasi bahwa “yang suka sama Jokowi boleh angkat tangan. Makanya kita dukung Gibran”. Sementara Airlangga Hartarto meminta masyarakat penerima bansos mengucapkan “terima kasih pak Jokowi” di hadapan kamera. Selain itu sebaran bansos juga kebanyakan di distribusikan di pulau Jawa. Kecepatan pemberian bansos jelang pemilu ini dinamai dengan uang kaget 2024.

Selanjutnya sikap tidak kompeten Bawaslu dalam menegakkan pelanggaran pemilu. Di dalam film (*Dirty Vote*, 2024b) diperlihatkan cuplikan tayangan tentang keterangan Bawaslu yang menyatakan bahwa dalam deklarasi Desa bersatu dikembalikan ke acara silaturahmi nasional. Walaupun pada acara tersebut masih ada narasi dan name tag yang mengarah ke paslon tertentu. Menurut Feri Amsari dalam (Dwi Andika, 2024). Bawaslu hanya berani memberikan sanksi teguran. Meskipun penerapan hukuman yang tegas dibutuhkan untuk mencegah terulangnya peristiwa serupa dikemudian hari, fakta lain yang terungkap menunjukkan adanya partai politik yang seharusnya tidak lolos verifikasi oleh KPU

namun tetap dinyatakan memenuhi syarat akibat tindakan melanggar hukum yang dilakukan oleh oknum tertentu.

2.1.5. Terpaan Media (*Media Exposure*)

Terpaan merujuk pada tingkat intensitas paparan pesan media yang diterima oleh audiens. Istilah ini juga diartikan sebagai aktivitas seseorang atau sekelompok orang dalam mendengarkan, menonton, maupun membaca pesan-pesan dari media, serta pengalaman dan perhatian yang diberikan terhadap pesan tersebut. Studi mengenai terpaan media biasanya mencakup pengumpulan data terkait pola konsumsi media oleh khalayak, seperti jenis media yang digunakan, frekuensi akses, dan durasi keterpaparan. Menurut (Ardianto, 2007) berbagai bentuk media seperti audio, audiovisual, media cetak, hingga media daring termasuk dalam kategori media yang dimaksud. Paparan informasi dari media memiliki kemampuan untuk membentuk kesadaran simbolik pada individu, yang dapat berkembang menjadi kesadaran konsumtif, dan pada akhirnya memengaruhi perilaku nyata atau kesadaran aktual (Semara & Lestari, 2021).

Rosengren 1974 dalam (Rakhmat, 2007) menjelaskan terpaan media dapat didefinisikan sebagai jumlah waktu yang dihabiskan untuk konten yang diakses serta keterlibatan individu dengan sumber informasi menggambarkan adanya hubungan timbal balik. Dari penjabaran tersebut, kesimpulannya ialah kedekatan khalayak dengan media tidak selalu menyebabkan terpaan media, sebaliknya khalayak harus terbuka untuk menerima pesan media. Rosengren dalam (Rakhmat, 2007) merumuskan 3 indikator yang dapat diukur dari terpaan media yaitu:

1. Frekuensi, artinya berapa kali individu menggunakan media dan mengonsumsi isi pesannya. Misalnya seseorang dapat menonton film dokumenter *dirty vote* di youtube secara berkala, seperti setiap hari, seminggu, atau bahkan sebulan sekali.
2. Durasi, mencakup jumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk menggunakan media dan mengonsumsi isi pesannya.
3. Atensi, merujuk pada tingkat fokus atau perhatian yang dicurahkan oleh individu saat mengakses suatu saluran informasi dan menyerap pesan yang disampaikan.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Teori Penggunaan dan Pemuasan (*Uses and Gratification*)

Teori penggunaan dan pemuasan awalnya dikembangkan oleh Herbert Blummer, Elihu Katz, dan Gurevitch. Teori ini masih banyak digunakan dalam penelitian komunikasi massa, teori ini menyatakan bahwa cara khalayak mencari,

menggunakan, dan menanggapi isi media dipengaruhi oleh perbedaan individu. variasi ini disebabkan oleh variabel sosial dan psikologis yang berbeda pada setiap orang. Dalam konteks ini khalayak dianggap aktif dan mampu secara selektif menggunakan atau memilih media sesuai dengan kebutuhannya. Khalayak juga dianggap sudah bertanggung jawab atas pilihannya kepada media yang dapat melengkapi kebutuhannya (Morissan, 2013).

Melalui buku berjudul *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* yang terbit pada tahun 1974, para penemu menyampaikan gagasan awal mereka mengenai teori penggunaan dan pemuasan. Di buku tersebut, mereka menyoroti bahwa setiap jenis media memiliki perpaduan karakteristik yang khas. Misalnya, buku dan film mampu memenuhi kebutuhan personal terkait pemahaman diri, karena keduanya memungkinkan individu menjalin hubungan dengan dirinya sendiri. Sebaliknya, media seperti surat kabar, radio, dan televisi berperan dalam menghubungkan individu dengan lingkungan sosialnya, dengan menyampaikan kabar terkait berbagai kejadian global (Blumler dkk, 1974).

Perspektif teori U&G membahas waktu dan cara individu sebagai pengguna media berinteraksi serta memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini menunjukkan tingkat keaktifan yang bervariasi dalam mengakses media, serta dampak yang timbul dari aktivitas tersebut. dalam pandangan teori ini, peran audiens melibatkan diri dalam interaksi penyampaian pesan untuk menentukan arah dan makna komunikasi. Namun, tingkat keaktifan tersebut berbeda-beda pada setiap individu. Pemanfaatan media dipicu oleh kebutuhan dan tujuan yang ditetapkan oleh audiens itu sendiri (Morissan, 2013). Dalam konteks film dokumenter *dirty vote*, teori ini dapat membantu menjelaskan tingkat kepuasan penonton di akun youtube *dirty vote* setelah mereka menonton film tersebut.

a. Asumsi Utama Teori *Uses and Gratification*

Banyak asumsi teori penggunaan dan pemuasan yang diartikulasikan dengan jelas oleh para pendiri pendekatan ini (Blumler, Jay G., Ed.; Katz, Elihu, 1974) diantaranya ialah:

1. Khalayak bersifat aktif dan menggunakan media berdasarkan tujuan tertentu yang ingin mereka capai. Artinya audiens secara individu memilih secara aktif di antara media yang berbeda dan membuat pilihan-pilihan ini berdasarkan tujuan yang ingin mereka capai melalui media.
2. Inisiatif untuk memperoleh kepuasan dari media berasal dari pihak khalayak itu sendiri. Asumsi ini berkaitan dengan adanya kebutuhan akan kepuasan yang mendorong khalayak memilih media tertentu sesuai preferensi mereka. Karena memiliki sifat aktif, khalayak secara sadar

mengambil langkah untuk memenuhi kebutuhannya melalui media yang dipilih.

3. Media dituntut untuk bersaing dengan berbagai sumber lainnya dalam memenuhi kebutuhan khalayak. Baik media maupun khalayak tidak berada dalam kondisi yang terisolasi dari pengaruh luar. Keduanya merupakan bagian dari lingkungan sosial yang lebih besar, sehingga interaksi antara media dan khalayak turut dipengaruhi oleh konteks sosial tersebut. dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, media harus berkompetisi dengan berbagai bentuk komunikasi lain dalam hal menarik perhatian, pemilihan, dan penggunaan.
4. Khalayak memiliki kesadaran penuh terhadap minat, motivasi, dan cara mereka menggunakan media. Tingkat kesadaran diri ini mencakup pemahaman atas ketertarikan dan alasan pribadi yang mendorong penggunaan media, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang akurat mengenai pola konsumsi media oleh khalayak. Pilihan terhadap media tertentu dilakukan secara sadar dan disengaja oleh masing-masing individu.
5. Evaluasi terhadap isi media sepenuhnya berada di tangan khalayak. Asumsi ini menekankan bahwa peneliti sebaiknya menahan diri dari memberikan penilaian subjektif terhadap hubungan antara kebutuhan audiens dan konten media tertentu. Para ahli teori penggunaan dan pemuasan berpendapat bahwa setiap individu dalam audiens secara sadar memilih konten media berdasarkan tujuan pribadi, maka hanya khalayaklah yang dapat menilai atau memaknai isi konten tersebut.

b. Kebutuhan Yang Ingin Terpuaskan

Kebutuhan yang ingin terpuaskan dan dipenuhi oleh media ialah kebutuhan psikologis dan sosial yang dirasakan individu atau kelompok yang dapat dipenuhi melalui konsumsi media massa. Media berfungsi sebagai sarana yang memberikan informasi, hiburan, atau pengalaman yang membantu audiens memenuhi kebutuhan tersebut (Katz *et al.*, 1973). gagasan ini merupakan inti dari teori pemenuhan dan pemuasan yang menekankan bahwa individu secara aktif memanfaatkan media untuk memenuhi beragam kebutuhan yang mereka miliki, seperti halnya skema berikut ini:

TYPE OF NEEDS	DESCRIPTION	MEDIA EXAMPLES
Cognitive	Gaining information, knowledge and understanding	Television (news), videos ("how to install ceramic tiles"), films (documentaries or films based on history, for example, <i>The Other Boleyn Girl</i>)
Affection/Romance	Emotional, pleasurable, or aesthetic experience	Films, television (situation comedies, soap operas)
Personal integration	Increase credibility, confidence and status	Video (" <i>Speaking with Conviction</i> ")
Social integration	Improve relationships with family, friends, and so on	Internet (email, chat rooms, Listserv, IM)
Tension release	Escape and diversion	Television, films, videos, radio, Internet

Gambar 2.1: Kebutuhan Yang Dipenuhi Oleh Media

Sumber: (Katz *et al.*, 1973)

Dalam kerangka tersebut, terdapat sejumlah tahapan yang menjadi landasan dalam upaya pemenuhan kebutuhan. Herbert Blumer, Elihu Katz, dan Gurevitch mengawali dengan mengklasifikasikan kebutuhan individu ke dalam beberapa kategori, yaitu kebutuhan kognitif, emosional (afektif), integrasi pribadi, integrasi sosial, serta hiburan atau pelarian. Penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing kategori dirangkum dalam uraian berikut:

1. Kebutuhan kognitif (*cognitive needs*). Adalah keperluan yang berfokus pada pencarian informasi, pengetahuan, serta pemahaman terhadap lingkungan sekitar. Kepentingan ini timbul dari keinginan individu untuk memahami dan menguasai dunia di sekelilingnya, serta untuk memenuhi rasa ingin tahu dan dorongan untuk mengeksplorasi.
2. Kebutuhan afektif (*affective needs*). menyangkut keinginan untuk mendapatkan pengalaman emosional yang menyenangkan. Dorongan ini mencakup pemenuhan aspek perasaan, suasana hati, dan hiburan yang menyentuh emosi.
3. Kebutuhan pribadi secara integratif (*personal integrative needs*). Mengacu pada upaya memperkuat rasa percaya diri, kredibilitas, serta memperoleh pengakuan atau status sosial. kebutuhan ini berasal dari keinginan individu untuk membentuk citra diri yang positif dan dihargai oleh lingkungan sekitarnya.
4. Kebutuhan sosial secara integratif (*social integrative needs*). Termasuk dalam keperluan untuk menjalin dan mempertahankan hubungan sosial dengan keluarga, teman, maupun komunitas yang lebih luas. Kebutuhan ini

didorong oleh keinginan untuk merasa terhubung dan menjadi bagian dari suatu kelompok sosial.

5. Kebutuhan pelepasan (*escapist needs*). Berkaitan dengan keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan, stres dan rutinitas sehari-hari. kebutuhan ini mencerminkan dorongan individu untuk mencari hiburan, relaksasi, serta variasi dalam aktivitas hidup.

Pendekatan *uses and gratification* dimanfaatkan untuk memahami bagaimana penonton bersikap proaktif dalam memilih tayangan yang sesuai dengan preferensi mereka. Pemilihan film tersebut berkaitan erat dengan upaya individu dalam memenuhi lima kategori kebutuhan pribadi, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teori ini. Dalam konteks ini, isi film diharapkan mampu menjawab ekspektasi tertentu dari penonton. selain itu, teori ini menekankan bahwa individu tidak hanya mengonsumsi secara pasif, tetapi juga secara sadar melakukan penilaian terhadap isi film dokumenter *dirty vote* berdasarkan persepsi dan kebutuhan mereka sendiri. Pendekatan konsumsi media aktif digunakan untuk menelaah apakah suatu tayangan mampu menjawab arah ketertarikan serta dorongan pribadi dari khalayak. Dalam konteks ini, film *dirty vote* dipilih sebagai subjek kajian untuk melihat sejauh mana kontennya selaras dengan harapan individu yang menontonnya.

2.2.2 Teori *Dependency*

Teori ketergantungan dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L.DeFleur (1976), mereka memfokuskan pada hubungan tripartit antara individu, media, dan masyarakat. Teori ini berpendapat bahwa tingkat pengaruh media terhadap individu dan masyarakat tergantung pada seberapa besar ketergantungan mereka kepada media sebagai sumber informasi. Dalam teori ini, hubungan antara individu, media, dan masyarakat membentuk struktur ketergantungan yang menentukan efek komunikasi massa. Model ketergantungan ini menyoroti bahwa semakin tinggi ketergantungan individu atau kelompok sosial pada media, semakin besar kemungkinan media mempengaruhi kepercayaan, perasaan, dan perilaku mereka (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

Lebih lanjut teori ini menjelaskan bahwa ketergantungan pada media muncul karena saluran informasi publik memainkan peran krusial dalam menyampaikan pengetahuan yang memungkinkan individu memahami lingkungan sekitar, membuat Keputusan yang tepat, dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Media bukan sekadar alat komunikasi, melainkan merupakan komponen penting dalam struktur sosial yang lebih luas, yang turut andil dalam mempertahankan stabilitas, mendorong perubahan, serta memicu atau mencerminkan konflik sosial. Dalam masyarakat yang tengah menghadapi percepatan perubahan sosial atau kondisi ketidakstabilan dalam struktur sosial, ketergantungan terhadap media

meningkat karena individu mencari informasi untuk mengatasi ketidakpastian dan membentuk realitas sosial mereka (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

a. Asumsi Utama Teori *Dependency*

Terdapat beberapa asumsi *dependen theory* yang diartikulasikan dengan jelas oleh para pendiri pendekatan ini (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976) diantaranya sebagai berikut:

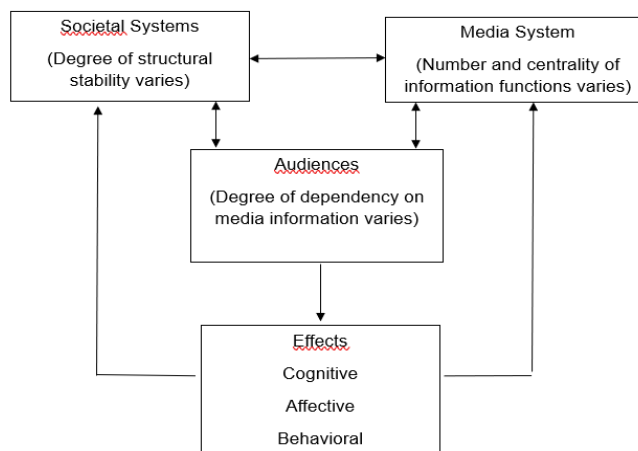
1. Hubungan Tripartit. Individu, media, dan masyarakat saling terkait dalam sistem komunikasi massa. Efek media tidak dapat dipahami secara terpisah, tetapi harus dianalisis dalam konteks hubungan timbal balik antara ketiga elemen ini.
2. Kebergantungan sebagai faktor kunci. Pengaruh media terhadap individu dan masyarakat bergantung pada tingkat ketergantungan mereka terhadap media sebagai sumber informasi utama. Semakin tinggi ketergantungan, semakin besar kemungkinan media mempengaruhi kognisi, afektif, dan perilaku.
3. Variasi dalam efek media. Media tidak memiliki efek yang seragam terhadap semua individu. faktor sosial, ekonomi, dan psikologis mempengaruhi bagaimana individu menerima dan merespons informasi yang disampaikan oleh media.
4. Kebergantungan berubah sesuai kondisi sosial. Dalam kondisi sosial yang stabil, individu memiliki lebih banyak sumber informasi alternatif, sehingga pengaruh media cenderung lebih kecil. Sebaliknya, dalam kondisi perubahan sosial yang cepat atau konflik. Pengaruh media menjadi lebih dominan karena khalayak bergantung pada media untuk memahami situasi yang sedang berlangsung.
5. Interaksi media dan struktur sosial. Media berperan dalam membentuk opini publik, mempengaruhi kebijakan sosial dan memperkuat atau mengubah struktur sosial yang ada. Ketika terjadi perubahan sosial yang cepat, masyarakat cenderung semakin bergantung pada media untuk mendapatkan informasi yang relevan.

b. Model Teori *Dependency*

Teori ketergantungan menyoroti keterkaitan erat antara individu, saluran komunikasi, dan sistem sosial yang menaunginya. Gagasan ini berasumsi bahwa seseorang membutuhkan informasi dari berbagai kanal komunikasi untuk memenuhi tujuan personal tertentu. Hal ini memiliki kesamaan dengan pendekatan fungsional yang dikembangkan oleh Blumler dan Katz pada tahun (1974). Disisi lain, pendekatan tersebut lebih berfokus pada peran aktif individu

yang mencari informasi berdasarkan pada kebutuhan personalnya. Dalam hal ini, perhatian utama diletakkan pada perilaku konsumsi individu, bukan pada dinamika antara pengguna informasi dan struktur sosial secara keseluruhan, sebagaimana ditelaah dalam teori ketergantungan.

Dalam teori ini, terdapat dua unsur utama yang memengaruhi tingkat ketergantungan individu terhadap media. Pertama, seseorang cenderung lebih tergantung pada media yang mampu memenuhi beragam kebutuhannya dibandingkan dengan media yang hanya menyajikan Sebagian kecil dari kebutuhan tersebut. Kedua, faktor kestabilan sosial juga berperan penting. Ketika terjadi perubahan sosial yang signifikan atau munculnya konflik dalam institusi masyarakat, individu tergolong untuk menilai ulang situasi dan membuat Keputusan baru. Dalam kondisi semacam ini, ketergantungan terhadap media sebagai sumber informasi cenderung meningkat. Sebaliknya Ketika lingkungan sosial berada dalam keadaan yang lebih tenang dan stabil, ketergantungan terhadap media bisa saja berkurang. Selain itu, kebutuhan seseorang tidak semata-mata didorong oleh faktor personal, tetapi juga dapat dibentuk oleh nilai-nilai budaya atau dinamika sosial yang melingkupinya (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Dari hal tersebut teori ketergantungan memprediksi jenis-jenis efek tertentu seperti yang digambarkan pada model berikut ini:



Gambar 2.2: Model Teori Ketergantungan

Sumber: Ball-Rokeach & DeFleur (1976)

Jenis perubahan kognitif, afektif, dan perilaku tertentu pada orang-orang yang secara teratur dibawa oleh media massa karena ketergantungan individu dan masyarakat pada sumber daya informasinya Ball-Rokeach & DeFleur (1976):

1. Efek kognitif. Mencakup penciptaan dan penyelesaian ambiguitas, pembentukan sikap, penyusunan agenda, perluasan sistem kepercayaan,

serta klasifikasi nilai. Media dapat memperkenalkan informasi baru yang membentuk persepsi individu terhadap suatu isu dan menentukan isu mana yang menjadi prioritas dalam masyarakat.

2. Efek afektif. Meliputi pengaruh media terhadap perasaan dan respons emosional individu seperti kecemasan, ketakutan, atau keterasingan sosial. Paparan terhadap berita atau film tertentu dapat memunculkan emosi yang kuat yang pada akhirnya mempengaruhi tindakan individu.
3. Efek perilaku. Berkaitan dengan bagaimana individu bertindak setelah menerima informasi dari media. Aktivasi dan deaktivasi perilaku dapat terjadi, misalnya dalam bentuk keterlibatan dalam gerakan sosial, pemungutan suara dalam pemilu, atau perubahan kebiasaan konsumsi sebagai respon terhadap berita yang disampaikan media.

2.2.3 Teori Efek Paparan Sederhana (*Mere Exposure Effect*)

Teori *Mere Exposure Effect* pertama kali diperkenalkan oleh Bornstein, (1993). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dapat menumbuhkan perasaan suka, nyaman, dan akrab terhadap suatu stimulus hanya karena sering terpapar padanya. Fenomena ini menunjukkan bahwa frekuensi paparan dapat membentuk sikap positif, bahkan Ketika tidak ada penguatan eksternal atau pengalaman langsung dengan stimulus tersebut. Dalam konteks komunikasi massa, teori ini menjelaskan bahwa semakin sering individu terpapar pada pesan atau tayangan media tertentu, maka semakin besar kemungkinan ia merasa menyukai, memahami, dan menikmati konten tersebut.

Prinsip dasar dari teori ini Adalah familiaritas menimbulkan efek afeksi. Ketika seseorang dihadapkan pada stimulus yang sama berulang kali, baik berupa gambar, suara, narasi, video maka sistem persepsi manusia menjadi lebih efisien dalam mengenali dan memproses informasi tersebut kemudahan pemroses ini disebut dengan *processing fluency*, yaitu kemampuan otak untuk mengolah informasi dengan cepat karena sudah terbiasa. *Processing fluency* menciptakan perasaan nyaman dan menyenangkan secara tidak sadar, sehingga individu mulai mengaitkan stimulus tersebut dengan pengalaman positif.

a. Asumsi Utama Teori *Mere Exposure Effect*

Beberapa asumsi teori *mere exposure effect* yang diartikulasikan dengan jelas oleh pendiri pendekatan ini (Bornstein, 1993) diantaranya ialah:

1. Individu mengalami kecenderungan alami untuk menyukai hal yang familiar. Manusia secara alami merasa lebih aman dan nyaman terhadap hal hal yang sudah dikenal. Ketika seseorang berulang kali terpapar pada stimulus tertentu seperti gambar, suara, video, narasi. Stimulus tersebut

menjadi familiar. Rasa familiar inilah yang menimbulkan perasaan positif dan mengurangi ketidakpastian psikologis.

2. Afeksi muncul sebelum proses kognitif. Artinya reaksi afektif (emosi) terhadap stimulus muncul lebih awal dan lebih cepat dibandingkan proses kognitif (pemikiran rasional). Seseorang dapat menyukai sesuatu tanpa memahami atau memikirkannya terlebih dahulu. Hal ini menjelaskan mengapa seseorang bisa merasa suka terhadap film tertentu hanya karena sering menontonnya, meskipun tidak sepenuhnya memahami alasan rasional dibalik ketertarikannya.
3. Pengulangan paparan mengurangi ketegangan dan memperkuat afeksi positif. Setiap stimulus baru menimbulkan ketegangan atau ketidakpastian awal. Namun seiring meningkatnya frekuensi paparan, ketegangan itu berkurang karena individu menyadari bahwa stimulus tersebut tidak mengancam atau berbahaya.
4. Konteks paparan menentukan arah efek (positif atau negatif). Efek *mere exposure* akan muncul secara positif hanya jika konteks paparan menyenangkan. Jika paparan terjadi dalam konteks negatif seperti stress maka paparan berulang justru dapat memperkuat reaksi negatif.

Dari asumsi ini dapat dijelaskan bahwa dalam konteks menonton media, efek ini menjelaskan mengapa seseorang dapat menonton ulang tayangan yang sama. Pada pengalaman menonton pertama, individu mungkin masuk fokus memahami jalan cerita, mengenali karakter, atau mencerna pesan yang kompleks. Namun pada saat menonton ulang, proses pemahaman menjadi lebih mudah karena informasi sebelumnya sudah tersimpan dalam memori jangka Panjang, akibatnya menonton ulang tidak lagi menjadi pengalaman kognitif yang berat, tetapi berubah menjadi pengalaman emosional yang menyenangkan.

2.2.4 Teori Skema Gender (*Gender Schema Theory*)

Teori skema gender dikembangkan oleh Bem, (1981) untuk menjelaskan bagaimana individu belajar memahami dunia sosial melalui skema kognitif tentang gender. Teori ini berangkat dari pandangan bahwa perbedaan perilaku dan preferensi antara laki-laki dan Perempuan bukan terutama karena faktor biologis, melainkan karena adanya proses sosialisasi dan internalisasi nilai-nilai gender yang dibentuk oleh budaya maupun media. Bem mendeskripsikan sejak masa kanak-kanak seseorang mulai mengamati perilaku yang dianggap pantas bagi laki-laki maupun Perempuan di lingkungannya. Pengamatan ini kemudian membentuk struktur kognitif yang disebut *gender schema* yaitu kerangka berpikir internal yang membantu individu mengenali, menafsirkan, dan mengingat informasi berdasarkan kategori gender. Skema ini bekerja sama secara otomatis

seperti filter yang memandu perhatian seseorang terhadap hal-hal yang sesuai dengan identitas gendernya.

Seperti halnya seorang Perempuan yang telah tersosialisasi dengan nilai-nilai feminisme akan lebih mudah tertarik pada tayangan yang menggambarkan hubungan sosial, empati, dan keadilan, karena hal itu sesuai dengan skema kognitif yang sudah terbentuk. Sebaliknya, laki-laki yang telah menginternalisasi nilai-nilai maskulin akan lebih tertarik pada tayangan yang menonjolkan kekuasaan, strategi, atau kompetisi. Dengan demikian skema gender menjelaskan perbedaan mendasar dalam cara laki-laki dan Perempuan memilih, memperhatikan, dan memaknai isi media. Bem menekankan bahwa *gender skema* tidak hanya berfungsi pada Tingkat kesadaran, tetapi juga bekerja di bawah sadar. Akibatnya, cara seseorang menilai tayangan media dan menafsirkan pesan politik atau sosial terlepas dari bias kognitif gender yang telah ia pelajari. Teori ini memperluas pemahaman bahwa preferensi menonton bukan hanya persoalan individual, tetapi juga hasil dari proses kognitif yang terbentuk melalui pengalaman sosial dan budaya yang membedakan peran laki-laki dan Perempuan (Bem, 1981).

a. Asumsi Utama Teori *Gender Schema Theory*

Dalam menjelaskan hubungan antara gender, kognisi, dan perilaku media, (Bem, 1981) mengemukakan beberapa asumsi pokok yang menjadi dasar teorinya:

1. Individu memproses informasi sosial melalui skema gender. Setiap individu memiliki kerangka berpikir (*schema*) yang membantu mereka memahami dunia sosial. Skema ini dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya dan norma gender yang telah disosialisasikan sejak kecil. Akibatnya seseorang akan lebih mudah memahami dan mengingat informasi yang sesuai dengan peran gendernya.
2. Skema gender membentuk cara berpikir, berperilaku, dan berpersepsi terhadap media. Karena skema gender mengarahkan perhatian seseorang terhadap hal-hal tertentu, maka laki-laki dan Perempuan cenderung memiliki preferensi menonton yang berbeda. Perempuan lebih peka terhadap pesan yang menggugah empati dan moral, sementara laki-laki lebih tertarik pada tayangan yang rasional, strategis, atau penuh konflik.
3. Skema gender bekerja otomatis dalam persepsi dan pemaknaan pesan. Seseorang tidak selalu sadar bahwa mereka menilai tayangan berdasarkan skema gender. Saat menonton film atau program politik, Perempuan dan laki-laki akan secara tidak sadar menyoroti aspek yang berbeda dari pesan yang sama.

4. Skema gender dapat memengaruhi kepuasan dan keterlibatan terhadap media. Ketika suatu tayangan sesuai dengan nilai atau skema gender individu, penonton mudah merasakan kepuasan emosional dan kognitif. Sebaliknya, jika tayangan tidak sesuai dengan skema gendernya, penonton mungkin merasa tidak tertarik atau sulit memahami pesan yang disampaikan.

Berdasarkan teori ini, perbedaan dalam Tingkat keterlibatan menonton film dokumenter *dirty vote* antara laki-laki dan Perempuan dapat dijelaskan secara kognitif. Film *dirty vote* mengangut isu keadilan, moralitas politik, dan penyalahgunaan kekuasaan. Tema tema yang berhubungan dengan nilai sosial dan empatik yang secara umum lebih kuat dalam skema gender Perempuan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika penonton Perempuan muda menunjukkan minat dan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Penjelasan ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Landrum, 2021) mengenai "*gender differences in media use and media literacy*" yang menjelaskan bahwa terdapat perbedaan yang jelas antara laki-laki dan Perempuan dalam hal menggunakan, memahami, serta menilai isi pesan media.

Studi ini menunjukkan bahwa Perempuan lebih banyak memanfaatkan media untuk tujuan sosial dan emosional, seperti mengekspresikan empati dan memahami isu kemanusiaan. Sebaliknya laki-laki cenderung menggunakan media untuk tujuan informasi dan rasional, seperti konten berorientasi data dan strategi. Penelitian ini menyoroti bahwa Perempuan memiliki kecenderungan lebih kritis terhadap representasi sosial dan moral dalam media. Mereka lebih peka terhadap bias, ketimpangan, dan pesan etis yang muncul dalam tayangan, sedangkan laki-laki lebih fokus pada struktur informasi dan isi faktualnya. Perbedaan ini menunjukkan bahwa cara individu berinteraksi dengan media tidak hanya dipengaruhi oleh akses teknologi, tetapi juga oleh faktor sosial dan psikologi yang terbentuk melalui konstruksi gender.

2.2.5 Konsep Preferensi Menonton Berdasarkan Usia

Konsep perbedaan usia dalam konsumsi media dijelaskan secara komprehensif oleh Akello, (2024) dalam artikelnya *digital literacy and media consumption among different age groups*. Konsep ini menegaskan bahwa usia merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan preferensi media seseorang, yaitu jenis platform konten, dan cara mengonsumsi media yang paling disukai. Dalam komunikasi modern, setiap kelompok usia menunjukkan karakteristik tersendiri dalam memilih dan menggunakan media digital. Kelompok usia muda (18-35 tahun) cenderung memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, terbiasa berinteraksi dengan media baru, serta menunjukkan preferensi terhadap media digital interaktif seperti youtube, media social, dan platform streaming. Mereka memilih konten yang bersifat informatif, reflektif, dan relevan secara sosial, termasuk film dokumenter atau video yang bertema politik. Sementara itu,

kelompok usia lebih tua di atas 40 tahun umumnya menunjukkan ketergantungan yang lebih besar pada media tradisional seperti televisi, surat kabar, atau siaran radio, karena pola konsumsi yang terbentuk sebelum era digital.

Akello, (2024) menjelaskan perbedaan ini muncul karena variasi dalam literasi digital dan eksposur terhadap teknologi komunikasi. Generasi muda tumbuh bersama perkembangan media baru, sehingga membentuk kebiasaan menonton yang lebih partisipatif dan selektif terhadap isu yang dianggap relevan dengan kehidupan sosialnya. Sebaliknya, kelompok usia lebih tua mengalami proses adaptasi lebih lambat terhadap media baru, menyebabkan mereka mempertahankan preferensi pada media yang bersifat pasif. Dengan demikian usia menjadi prediktor utama dalam menentukan preferensi menonton media, di mana usia muda cenderung memilih konten berbasis digital yang bersifat edukatif dan interaktif.

Dalam konteks penelitian ini, konsep yang di kemukakan oleh Akello, (2024) menjadi acuan penting untuk memahami mengapa kelompok usia 25-28 tahun lebih mendominasi dalam menonton film dokumenter politik seperti *dirty vote*. Usia dewasa muda berada dalam fase perkembangan sosial dan intelektual yang mendorong ketertarikan terhadap isu-isu publik dan politik. Oleh karena itu, preferensi menonton mereka tidak sekadar bersifat hiburan, melainkan berorientasi pada pencarian informasi, pembentukan pandangan sosial, dan pemahaman terhadap realitas politik.

2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini diperkuat oleh sejumlah studi sebelumnya yang memiliki relevansi langsung dengan topik yang dikaji. Hasil-hasil penelitian terdahulu dijadikan sebagai acuan untuk memperkuat dasar teori yang digunakan, memperjelas gap penelitian, serta memberikan justifikasi atas metode yang digunakan. Untuk itu ada dua penelitian terdahulu yang dicantumkan yakni:

1. Pengaruh Film Dokumenter *Dirty Vote* Pada Saat Masa Tenang Pemilihan Umum Tahun 2014 di Indonesia” Oleh Nathaniella & Triadi (2024), Mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terkait pengaruh yang ditimbulkan oleh film *dirty vote* yang diluncurkan menjelang penyelenggaraan pemilu 2024, khususnya pada periode masa tenang.

Pendekatan yuridis normatif menjadi dasar dalam penelitian ini di mana strategi utama yang digunakan adalah telaah studi pustaka. Penelusuran literatur dilakukan guna menghimpun berbagai sumber hukum yang relevan untuk mendukung analisis penelitian, termasuk peraturan perundang-undangan, jurnal

ilmiah, serta pendapat para pakar terkait isu-isu yang dibahas. Dengan menggunakan pendekatan studi kepustakaan untuk mengkaji dampak film dokumenter *dirty vote* yang tayang menjelang pemilu 2024, khususnya pada periode bebas kampanye di Indonesia, tampak bahwa terdapat kompleksitas dalam keterkaitan antara hak dan kebebasan berekspresi, kontrol terhadap saluran informasi, dan dinamika dalam pelaksanaan demokrasi.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa film ini memiliki dampak dalam konteks pemilu di Indonesia, sebab film tersebut mengangkat beragam praktik penyimpangan yang terjadi dalam sistem pemerintahan saat ini. Disamping itu film *dirty vote* turut memberikan kesadaran kepada masyarakat agar lebih cermat dan bijaksana dalam menentukan pilihan pemimpin di Indonesia.

Dari hasil penelitian terdahulu. Dapat ditemukan perbedaan dengan studi yang dilakukan oleh penulis. Kajian sebelumnya menitikberatkan analisis pada dampak film dokumenter dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif sebagai landasan utama. Sementara penelitian penulis berfokus pada pengaruh terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* terhadap tingkat kepuasan penonton di akun youtube *dirty vote*.

2. Represetasi Kecurangan Pemilu 2024 Dalam Film Dokumenter *Dirty Vote* (Studi Semiotika Charles Sanders Pierce)” Oleh Ariska & Irhamdhika (2024). Mahasiswa di Universitas Bina Sarana Informatika, Tahun 2024.

Studi ini dimaksudkan untuk menganalisis representasi berbagai pola manipulasi pemilu melalui visual terhadap sejumlah adegan dalam film *dirty vote*.

Jenis penelitian yang diterapkan adalah deskriptif, melalui metode semiotika sebagai alat analisis utama. Semiotika merupakan disiplin ilmu yang fokus pada studi mengenai tanda dan simbol, serta bagaimana makna dibangun dan dipahami melalui tanda-tanda tersebut.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa film dokumenter *dirty vote* secara jelas menyoroti keterlibatan aktif pemerintah dalam penyelenggaraan pemilu 2024, yang ditampilkan secara terbuka kepada publik. film ini mengungkap berbagai indikasi pelanggaran, meliputi dugaan ketidakwajaran dalam putusan MK, sikap tidak netral pejabat lokal, dan peran aktif aparaturnegara dalam mendukung pihak tertentu, hingga dugaan pemanfaatan fasilitas negara oleh sejumlah menteri untuk kegiatan kampanye. Bahkan, lembaga penyelenggara pemilu turut disorot karena adanya pelanggaran yang terjadi sejak tahap pra pemilu.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan pendekatan dengan studi yang dilakukan penulis. Pada penelitian sebelumnya menitikberatkan pada upaya mengungkap praktik pelanggaran etika pemilu sebagaimana

ditampilkan dalam dokumenter *dirty vote* melalui pendekatan analisis semiotika. Sementara pada penelitian yang ditulis oleh penulis yakni memfokuskan pada pengaruh terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* terhadap tingkat kepuasan penonton di akun youtube *dirty vote*.

2.4. Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan hipotesis alternatif, yaitu penggunaannya mengindikasikan adanya dugaan perbedaan, hubungan atau pengaruh antar variabel tidak sama dengan nol. Hipotesis alternatif digunakan sebagai jawaban sementara dari hipotesis yakni:

Ha : Terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penonton di akun youtube *dirty vote*.

2.5 Kerangka Pikir

Kerangka berpikir sekaligus kerangka teori dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh antara terpaan menonton film dokumenter *dirty vote* dan tingkat kepuasan penonton. landasan utama yang digunakan mencakup konsep terpaan media, teori *Uses and Gratification*, teori ketergantungan media, *mere exposure theory*, teori skema gender, dan konsep preferensi menonton berdasarkan usia. Keenamnya saling melengkapi dan memberikan dasar yang kuat bagi pemahaman pengaruh maupun hubungan antardua variabel penelitian.

Konsep terpaan media, sebagaimana dikemukakan Rosengren (1974), menjadi pijakan awal untuk menggambarkan intensitas paparan individu terhadap media. Terpaan menonton dipahami sebagai keseluruhan pengalaman menonton dalam mengakses konten, yang diukur melalui frekuensi menonton, lama durasi, dan tingkat atensi atau perhatian. Semakin tinggi frekuensi, semakin lama durasi, dan semakin besar perhatian, maka semakin kuat pula pengaruh paparan pesan yang diterima penonton. dalam penelitian ini, ketiga dimensi tersebut merepresentasikan variabel independen yang diasumsikan dapat memengaruhi kepuasan penonton.

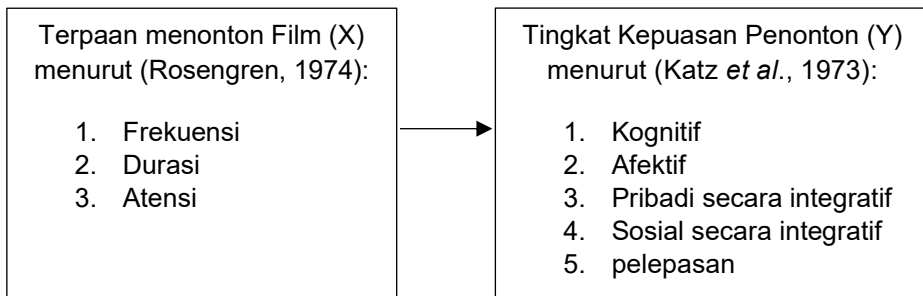
Proses terjadinya kepuasan dijelaskan melalui teori *Uses and Gratification* yang dikembangkan Katz *et al* (1973). Teori ini memandang audiens sebagai pihak yang aktif dan selektif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Kepuasan muncul ketika media yang dipilih mampu memberikan pemenuhan atas kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan (informasi dan pengetahuan), kebutuhan afektif (pengalaman emosional dan hiburan), integrasi pribadi (penguatan identitas diri dan kepercayaan diri), integrasi sosial (menjalin dan mempertahankan hubungan sosial), dan terakhir yakni pelepasan (mengurangi stres dan ketegangan). Dalam konteks film dokumenter *dirty vote*, kelima kebutuhan tersebut menjadi tolak ukur untuk menunjukkan apakah

penonton merasa puas setelah menonton film yang menyoroti dugaan kecurangan pemilu.

Disamping itu, kerangka berpikir ini juga dikuatkan oleh teori ketergantungan media yang dikemukakan Ball-Rokeach & DeFleur (1976). Teori ini tidak dioperasionalkan sebagai variabel yang diukur, tetapi berperan penting dalam menjelaskan mengapa hubungan antara terpaan menonton dan kepuasan penonton dapat terjadi dan bahkan semakin kuat. Teori ini menekankan bahwa pengaruh media akan meningkat seiring terjadinya ketergantungan audiens terhadap media sebagai sumber informasi, terutama Ketika masyarakat menghadapi situasi sosial yang penuh ketidakpastian. Isu politik yang diangkat dalam film dokumenter *dirty vote* menimbulkan rasa ingin tahu dan kebutuhan informasi yang besar, sehingga mendorong masyarakat bergantung pada media dokumenter sebagai referensi utama. Ketergantungan ini membuat paparan film baik dari sisi frekuensi, durasi, maupun atensi lebih mudah memengaruhi pemenuhan kebutuhan dan para akhirnya menimbulkan kepuasan.

Selain itu untuk memperkuat pemahaman yang lebih komprehensif, penelitian ini juga menambahkan teoritis pendukung yang dapat menjelaskan seseorang yang sering kali melakukan pengulangan menonton dengan teori *mere exposure effect*. Teori ini diperkenalkan oleh Bornstein (1993) menjelaskan bahwa semakin sering seseorang terpapar pada stimulus tertentu dalam hal tayangan media maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut mengembangkan rasa ketertarikan atau kepuasan terhadapnya. Efek ini memperkuat dimensi dalam konsep terpaan media, di mana pengulangan menonton dapat menimbulkan rasa akrab dan kepercayaan, yang pada akhirnya menimbulkan kepuasan.

Selanjutnya teori skema gender yang dikemukakan oleh Bem (1981) yang menjelaskan bahwa perbedaan jenis kelamin mempengaruhi cara individu memproses informasi dan menanggapi pesan media. Skema gender berfungsi sebagai struktur kognitif yang membentuk bagaimana seseorang menafsirkan realitas sosial, termasuk dalam konteks menonton media. Dan terakhir ada konsep preferensi menonton berdasarkan usia oleh Akello (2024) yang digunakan untuk menjelaskan perbedaan pola konsumsi media antara kelompok usia. Akello mendeskripsikan bahwa tingkat literasi digital dan orientasi kognitif yang berbeda pada tiap rentang usia mempengaruhi jenis media dan konten yang di pilih. Untuk menggabarkan secara sistematis alur berpikir dari penelitian ini dapat di tampilkan melalui skema bagan sebagai berikut:



Gambar 2.3: Kerangka Pikir

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti