



Representasi Perempuan dalam Konten Quotes di Media Sosial Tiktok: Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills

Aditya Fahrul Setiawan

Universitas Mulawarman

adityafahrul.setiawan@gmail.com

Accepted :
22/10/2023

Published :
31/1/2024

Corresponding
Author:
Aditya Fahrul
Setiawan

Email
Corresponding :
adityafahrul.setiawan@gmail.com

ABSTRACT

Quote content plays a role in constructing women, placing women as objects. This research was carried out using Sara Mills discourse study analysis to see how subject-object and writer-reader are, and to see how the representation of women in discourse texts was carried out using qualitative descriptive methods, obtained, both positioning women as objects, and representing women as a materialist gender and irrational.

Kata kunci: Tiktok, Sara Mills, wacana kritis, deskriptif kualitatif

ABSTRAK

Konten quotes ikut berperan dalam mengkonstruksi perempuan, menempatkan perempuan sebagai objek. Penelitian ini dilakukan dengan kajian analisis wacana Sara Mills untuk melihat bagaimana posisi subjek-objek dan penulis-pembaca, dan melihat bagaimana representasi perempuan dalam teks wacana dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif, didapatkan, keduanya memosisikan perempuan sebagai objek, dan merepresentasikan perempuan sebagai gender yang materialis dan irasional.

Kata kunci: Tiktok, Sara Mills, wacana kritis, deskriptif kualitatif

1. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan sebuah media yang bebas kepada siapa saja yang ingin mengaksesnya, kebebasan ini sering dipergunakan oleh masyarakat untuk sekedar berbagi momen indah atau sampai kepada tahap membuat konten yang niat, tak jarang ditemui konten berisikan cinta-cintaan yang memiliki tendensi kepada perasaan galau seseorang.

Sebagai media yang bebas nilai, tiktok telah banyak menghasilkan creator-creator atau pembuat konten. Istilah yang sering digunakan dalam tiktok yaitu FYP (for your page) yang mana itu merupakan algoritma yang dibuat oleh tiktok agar pengguna mereka merasa nyaman dalam bermain tiktok, karena FYP dapat membaca video-video yang sering kita tonton, kemudian mereka akan menyuguhkan video-video yang memiliki keterkaitan dengan apa yang sering kita tonton. Kemudahan dalam mengakses dan membuat konten yang berpotensi viral

dalam tiktok inilah yang membuat beberapa masyarakat tertarik untuk membuat konten di dalamnya. Menurut dipstrategy.co.id per April 2022 Tiktok telah memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif, dan sebanyak 32.5% penggunanya berada pada rentang usia 10-19 tahun.

Media sosial berperan penting dalam mengkonstruksi pemikiran, sikap, opini, dan menentukan status perempuan di dalam masyarakat (Wardani, 2013: 188). Dalam konten quotes di tiktok seringkali pembuat konten merepresentasikan perempuan sebagai manusia yang materialistis dan merendahkan perempuan terhadap kemampuannya di dalam masyarakat, perempuan dijadikan sebagai objek pemuas laki-laki saja, hal ini dapat dikatakan sebagai marjinalisasi kepada perempuan, yang mana perempuan dianggap lebih rendah dari laki-laki.

Model analisis wacana Sara Mills, menekankan aspek kepada

bagaimana perempuan ditempatkan dalam sebuah teks. (Kristina, 2014:32) Mills melihat wanita secara sosial sering dijadikan pihak yang dimarginalisasikan, dalam sebuah teks, perempuan sering kali berada dalam posisi yang salah. Sebagai media sosial yang bebas, seringkali creator membuat konten yang memarginalkan perempuan. Tetapi hal tersebut selalu dinormalisasi dengan argumen bahwa sifat perempuan memang seperti itu, padahal itu bisa disebutkan sebagai konstruksi gender, penempatan perempuan dalam konten quotes yang dibuat oleh laki-laki biasanya memarginalkan posisi perempuan dalam sosial.

Sejatinya perbedaan perempuan dengan laki-laki memang dapat dilihat melalui dua macam, jenis kelamin dan gender, menurut Setiadi (dalam Rosyidah, 2019:10) perbedaan mendasar antara gender dan jenis kelamin (seks), jenis kelamin lebih mengarah pada pembagian fisiologi atau anatomi manusia secara biologis, sedangkan gender merupakan perbedaan yang didasarkan oleh konstruksi sosiokultural. Maka pemaknaan terhadap sebuah perempuan di dalam wacana dapat dikatakan sebagai konsep gender, karena hal tersebut dikonstruksikan oleh sosial. (Wardani, 2013: 186) Penempatan posisi perempuan dalam sebuah media akan mempengaruhi representasi perempuan di dalam media tersebut, contohnya dalam quotes bisa saja merepresentasikan perempuan sebagai sosok yang irasional dibandingkan laki-laki memiliki pemikiran yang lebih logis.

Pada penelitian ini akan melihat bagaimana posisi subjek objek dan penulis pembaca yang ditampilkan melalui teks wacana dalam konten quotes yang bermunculan di tiktok serta melihat bagaimana representasi perempuan di dalam teks, dengan menggunakan teori analisis wacana Sara Mills, maka dari akan didapatkan tujuan dari penelitian ini untuk mencari tau bagaimana posisi

subjek objek dan penulis pembaca, serta representasi perempuan di dalam teks.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis Wacana

Analisis wacana dapat dikatakan sebagai studi yang berfokus terhadap struktur pesan dalam proses komunikasi, jelasnya (Badara, 2012: 16) menyimpulkan bahwa analisis wacana dapat dikatakan sebagai telaah mendalam mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Maka analisis wacana bergerak bukan kepada fungsi struktural tata bahasa, melainkan ia kepada proses penerimaan makna atau konteks yang dipahami oleh masyarakat.

Wacana didefinisikan oleh Roger Fowler, sebagai komunikasi lisan maupun tulisan, dapat dilihat dari kepercayaan, nilai, dan kategori yang termasuk ke dalamnya. Kepercayaan ini dapat dijadikan sebagai perwakilan dari pandangan dunia, sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman (Badara, 2012: 16). Quotes yang terjadi di media sosial yang membicarakan perempuan biasanya selalu berdasarkan pandangan yang sifatnya representasi dari pengalaman.

Dari berbagai macam jenis pendekatan untuk menganalisis sebuah wacana, Sara Mills memfokuskan kajiannya kepada wacana yang bersifat feminisme, Mills juga menempatkan representasi sebagai hal penting dalam analisisnya, bagaimana sebuah objek, ide, gagasan, kelompok dikonstruksikan dengan berbagai macam cara di dalam wacana, dan tentu hal ini dapat menimbulkan multitafsir dalam keberterimaan maknanya di masyarakat.

2.2 Analisis Wacana Sara Mills

Sarah Mills melihat bagaimana posisi aktor yang ditampilkan di dalam sebuah teks. Posisi di sini dapat diartikan, siapa yang menjadi objek penceritaan dan siapa yang menjadi subjek penceritaan akan menentukan struktur teks dan bagaimana makna yang dibentuk dari keseluruhan sebuah teks (Eriyanto, 2001: 200). Sara Mills pula mengikut sertakan perhatiannya kepada bagaimana pembaca dan penulis (pada penelitian ini penonton dan creator atau pembuat konten) ditampilkan di dalam teks.

Mills (dalam Kristina, 2020: 33-30), menyebutkan analisis wacana model ini bertujuan untuk (1) Mengeksplorasi asumsi dan ideologi penulis dalam konvensi gaya bahasa sebuah teks, (2) Mengetahui bagaimana posisi aktor ditampilkan di dalam teks, (3) Melihat bagaimana penulis dan pembaca diposisikan di dalam teks, (4) Bagaimana gaya penceritaan dan urutan dalam menampilkan pesan ikut menentukan apakah salah satu pihak posisinya terlegitimasi atau delegitimasi.

2.2.1 Posisi Subjek Objek

Analisis dalam posisi aktor apakah berada di dalam posisi subjek atau objek. Bagaimana pemilihan objek dan subjek ini akan menentukan ideologi dan pemaknaan kolektif dalam sebuah teks. Umumnya dalam sebuah wacana feminis, wanita kerap kali menduduki posisi objek. Representasi yang dibangun itu diperoleh dari pemikiran khalayak terhadap sebuah wacana yang dibangun, dan dipengaruhi secara tidak langsung melalui bagaimana aktor diposisikan, dalam hal ini misalnya terdapat quotes yang mengatakan “pria akan berpikir melalui logika, sedangkan perempuan melalui hati” wacana yang dibangun dari teks tersebut menempatkan perempuan sebagai objek, karena bagaimana perempuan didefinisikan sebagai sosok yang berpikir irasional, mementingkan emosi, dengan itu terbentuklah ideologi dan kepercayaan dominan yang memaknai wanita sebagai sosok irasional bekerja di dalam teks. Tentu hal itu turut serta memarjinalkan posisi wanita yang dilakukan ke dalam bentuk quotes.

2.2.2 Posisi Penulis Pembaca

Sarah Mills juga menempatkan kajiannya ke bagaimana pembaca dan penulis ditampilkan, maksudnya bagaimana pembaca memposisikan dirinya di dalam teks, pemosisian ini akan berdampak kepada bagaimana teks akan dimaknai, dan bagaimana aktor sosial ini akan ditempatkan (Darma, 2014:123). Bagi Mills pembaca merupakan unsur penting yang harus diikuti sertakan dalam teks, karena Mills mengatakan teks adalah suatu hasil negosiasi antara penulis dan pembaca. Sebuah teks dapat memiliki makna yang didapatkan melalui pengalaman dan ideologi pembaca, misalnya pada teks yang mengatakan “pria

akan berpikir melalui logika, sedangkan perempuan melalui hati” ini dapat dimaknai sebagai kebenaran bagi pembaca yang memiliki ideologi patriarki, sedangkan pembaca feminis akan menyatakan ketidaksetujuan atas timbulkan teks wacana tersebut, karena menimbulkan stereotip yang akan memarjinalkan posisi perempuan.

2.3 Representasi

Dalam analisis wacana representasi dapat menjadi penting karena pada faktanya, sebuah kelompok, ataupun seseorang dapat membuat konstruksi yang memberikan citra baik kepada diri sendiri dan memarjinalkan kelompok lain. (Eriyanto, 2001: 200) representasi memungkinkan satu pihak, kelompok, orang, gagasan, atau peristiwa ditampilkan dengan cara tertentu di dalam berita. Hal inilah yang menjadi sebuah permasalahan, apakah representasi yang dihadirkan (dalam konteks penelitian ini, representasi terhadap perempuan) sudah semestinya, atau malah cenderung menyudutkan bahkan memarjinalisasikan suatu kelompok, serta bagaimana representasi itu dimunculkan.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang mana digunakan untuk mendeskripsikan fenomena secara teoritis. Menurut (Mahsun, 2014: 257) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata bertujuan untuk memahami fenomena sosial dalam hal ini termasuk fenomena yang terjadi di dalam media sosial aplikasi tiktok terkait wacana yang dibuat dengan produk berupa quotes yang memarjinalkan perempuan.

Data yang dihasilkan akan berupa quotes yang diambil dari media sosial tiktok yang dianggap dapat memenuhi dan memiliki relevansi terhadap penelitian, yaitu quotes yang menjadi bentuk marginalisasi perempuan.

Dalam pengumpulan data akan digunakan metode simak catat, data diambil dari proses menyimak berbagai macam video quotes di tiktok, data bisa berupa wacana yang diduga memiliki pesan yang marjinalkan perempuan, kemudian akan dilakukan proses pencatatan dari hasil menyimak tersebut, mencatat data yang dinilai relevan dan dapat menjawab

unsur dari rumusan masalah yang telah dibangun.

Analisis dilakukan dengan cara menentukan bagaimana posisi subjek objek dan bagaimana posisi penulis pembaca yang ditampilkan melalui teks. Kemudian dilanjutkan untuk melihat bagaimana media merepresentasikan perempuan di dalam teks.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tiktok merupakan salah satu budaya populer yang berkembang di masyarakat, tiktok juga tergolong ke dalam media sosial, menurut (Watie, 2016: 71) media sosial merupakan media yang menawarkan digitisation, convergence, interactiviy, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Individu di dalam dunia maya bisa bebas melakukan apa saja di dalamnya, sekedar bereaksi dan melakukan interaksi melalui kolom komentar, atau bahkan membuat konten di dalamnya.

Konten quotes di dalam tiktok sendiri dipahami sebagai konten yang menggunakan kata-kata sebagai bahan utamanya. Konten quotes sendiri digemari beberapa pengguna di tiktok, mereka merasa bahwa kata-kata yang dibawakan oleh creator tersebut relevan dengan kehidupannya.

Kebebasan yang menjadi kekuatan dalam media sosial inilah yang membuat beberapa individu atau kelompok dapat mengkonstruksi pikiran yang secara langsung atau tidak langsung dapat memarginalkan posisi perempuan di masyarakat. Mengkonstruksi bagaimana sifat kodrati mereka, sebenarnya konstruksi gender bukanlah sesuatu yang kodrati, tetapi dibentuk oleh kekuasaan atau dominasi patriarki yang dimunculkan dengan berbagai macam representasi, sesuai dengan (Juditha, 2018: 8) kajian budaya, seks dan gender dilihat sebagai konstruksi-konstruksi sosial yang secara intrinsik terimplikasi dalam persoalan-persoalan representasi.

Kemunculan akun-akun pembuat quotes telah menyebar di tiktok, maka proses komunikasi yang terjadi sangat bebas. Konstruksi yang ingin dibangun melalui berbagai wacana-wacana pun akan bebas, maka penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana representasi perempuan dari konten-konten quotes di tiktok dengan analisis

wacana kritis ditinjau dari posisi subjek-objek, penulis-pembaca.

4.1 Posisi subjek-objek

4.1.1 Akun Tiktok Dakwah Pendek



Pada akun Dakwah Pendek, quotes yang diunggah merupakan repost dari tuturan Ustadz Felix Siauw, yang pada intinya mengatakan bahwa “Perempuan itu emosional, sedangkan laki-laki itu rasional” perkataan itu dibuktikan hanya dengan proses menawar saat berbelanja yang mana “Perempuan kalau beli ayam nawarnya sadis banget, sedangkan laki-laki engga nawar karena ia rasional, dari pada capek potong ayam hidup mending beli aja”.

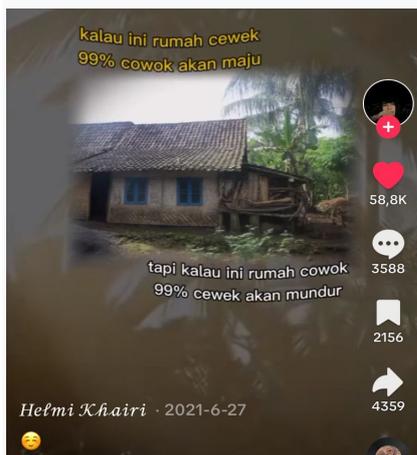
Dapat dikatakan objek dalam cerita ini adalah perempuan, subjeknya adalah laki-laki. Perempuan didefinisikan sebagai seorang yang irasional dan menekankan emosional dalam kehidupan sehari-hari. Perkataan ini tentu memarginalkan perempuan, karena dianggap tidak bisa rasional di setiap keputusan-keputusan yang akan diambil. Teks di akun Dakwah Tiktok yang diucapkan oleh Felix Siauw memiliki ideologi patriarki, bagaimana mencoba menurunkan posisi perempuan, dengan perkataan “Perempuan itu emosional, sedangkan laki-laki itu rasional” tentu akan membuat keputusan dan ide-ide dari perempuan dalam suatu masyarakat tidak akan didengar, karena dianggap irasional, hal tersebutlah yang menjadikan wacana ini dapat dikatakan memarginalkan perempuan.

Melihat hasil penelitian (Hasmarin, 2019) tentang emosi laki-laki dan perempuan saat remaja, menunjukkan adanya perbedaan regulasi emosi antara siswa laki-laki dan siswa perempuan. Nilai rata-rata laki-laki ($m=44,430$) lebih tinggi dari perempuan ($M=41,88$). Perbedaan ini juga dipengaruhi oleh penekanan ekspresif pada responden dan tuntutan sosial budaya kepada mereka. Bisa dikatakan tidak seluruh perempuan bersikap

emosional dan tidak memiliki sifat rasional, adanya teks yang menegaskan perbedaan seperti itu hanyalah konstruksi gender dan ideologi patriarki yang ingin memarjinalkan posisi perempuan dalam masyarakat.

Pendengar dari perempuan menyangkal hal ini pada kolom komentar, hal itu menunjukkan pendengar perempuan membela dirinya dari perkataan yang memarjinalkan posisinya, yang mana dalam wacana perempuan hanya bisa menjadi objek yang diceritakan tidak ada kekuasaan untuk menceritakan dirinya sendiri tapi cerita mengenai sifat mereka dibicarakan oleh subjek yaitu laki-laki, maka dengan media sosial mereka dapat meyangkal hal itu contohnya komentar pada akun @sagitariusgirl “Saya perempuan tp tiap belanja gamau nawar”.

4.1.2 Akun Tiktok Helmi Khairi



Pada akun tiktok helmi khairi menuliskan “kalau ini rumah cewek 99% cowok akan mau, tapi kalau ini rumah cowok 99% cewek akan mundur” hal tersebut dengan bantuan gambar dapat diartikan bahwa, jika ekonomi perempuan di bawah laki-laki, maka laki-laki akan menerima perempuan tersebut apa adanya, sedangkan jika laki-laki yang ekonominya di bawah perempuan, maka perempuan tidak akan bisa menerima laki-laki yang memiliki kemampuan finansial di bawahnya.

Posisi objek dalam wacana ini adalah perempuan, dan subjeknya adalah laki-laki, yaitu Helmi Khairi sebagai pembuat konten. Perempuan diceritakan sebagai sosok yang materialis karena perempuan dilekatkan dengan materi saja, tidak ada perasaan yang

tulus dalam dirinya, hal itu terlihat pada kutipan teks pada gambar, padahal (Putri, 2011) alasan logis perempuan bersifat materialis karena perempuan terbiasa mengelola uang atau makanan yang diperoleh dari pasangan mereka, dan memastikan semua anggota keluarga mendapatkan kebutuhannya. Sebenarnya perempuan bersifat materialis karena kelogisan dalam dirinya untuk mendapatkan jaminan pasangan yang baik, teks di atas hanya melihat sifat materialis perempuan yang dilekatkan sebagai tindakan yang buruk karena teks tersebut telah berhasil mengkonstruksi pembaca atau masyarakat dengan pemahaman kolektif yang terlihat mereka sepakat dengan teks.

Dengan demikian reaksi atau posisi pembaca yang didominasi laki-laki, mereka memiliki pemahaman yang kolektif, yaitu setuju dengan pemikiran bahwa semua perempuan itu materialis. Beberapa juga merasa laki-laki lebih setia, padahal untuk hal tersebut, bergantung kepada individu masing-masing. Membandingkan kualitas salah satu gender dengan gender lain sudah termasuk ke dalam konstruksi gender, hal itu terlihat dengan jelas pada komentar AKBAR BIMO CHYO, yang mengatakan cowok punya rasa kasian, bukan kaya lo biasanya (mungkin yang dimaksud ‘biasanya’) cuma main duit.

Untuk pembaca perempuan, mereka tidak setuju, contohnya akun tiktok @Aru Salon Oseng yang mengatakan, “tidak semua kali, nasib orang tidak ada yang tau”. Artinya mencoba membela posisi perempuan yang sudah tercap buruk atas pelabelan materialis yang disetujui oleh banyak laki-laki.

4.2 Representasi Perempuan

Setelah melihat posisi subjek-objek dalam kedua hasil temuan wacana dalam quotes dari tiktok, didapatkan dua bentuk representasi perempuan. Pertama perempuan disebutkan sebagai gender yang irasional, (Fauziah, 2020: 55) kepercayaan irasional adalah keyakinan yang tidak didasarkan oleh dukungan yang logis dan empiris.

Perempuan dianggap mementingkan emosi yang ada di dalam dirinya ketimbang berpikir secara rasional di dalam kehidupan sehari-hari, maka stereotipe ini akan membentuk sebuah konstruksi yang memarjinalkan perempuan. Dampak yang akan dihasilkan adalah, pendapat, keputusan,

dan ide-ide yang lahir dari pikiran perempuan tidak dapat didengar oleh masyarakat dalam budaya patriarki, karena dengan adanya batasan yang diberlakukan bahwa perempuan tidak dapat berpikir rasional, tentu hal ini akan mengganggu perempuan dalam keberterimaannya posisinya di masyarakat, misalnya dalam lingkup pekerjaan, perempuan tidak dapat menjangkau posisi tinggi akibat konstruksi seperti ini.

Kedua perempuan dianggap sebagai gender yang materialis, karena pada wacana b subjek dan masyarakat menilai materialis dalam perempuan hanya berbentuk ketidaksetiaan hatinya kepada seseorang, padahal materialis pada perempuan yang dijelaskan dalam penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan pada pembahasan, hal tersebut dikarenakan dahulu perempuan terbiasa mengelola uang atau makanan yang diperoleh dari pasangan mereka, dan memastikan semua anggota keluarga mendapatkan kebutuhannya, maka materialis pada perempuan didasarkan sifat logis dalam dirinya, dengan demikian wacana a, tidak benar jika perempuan dikatakan tidak rasional.

4. KESIMPULAN

Setelah melihat kedua wacana yang berbentuk quotes dari tiktok, mendapatkan hasil bahwa wacana (4.1.1) menempatkan posisi perempuan sebagai objek, pendengar membela marjinalisasi yang dibuat dalam teks. Pada wacana (4.1.2) perempuan juga diletakkan sebagai objek, dalam laki-laki menjadi subjek. Representasi yang dibangun melalui kedua wacana tersebut adalah, perempuan adalah gender yang irasional, emosional, dan materialis. Konstruksi yang diberikan ini membuat konstruksi gender yang berdampak kepada posisi perempuan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya dalam lingkungan pekerjaan, perempuan kurang dipercayakan karena masyarakat telah menganggap dia tidak rasional.

5. PENGAKUAN

Saya mengucapkan terima kasih kepada Ibu Purwanti, M.HUM sebagai dosen pengampu mata kuliah analisis wacana yang telah memberikan saya materi serta teori

analisis wacana dari berbagai perspektif yang membuat saya tertarik menulis penelitian ini.

6. REFERENSI

Badara, A. (2014). *Analisis wacana: Teori, metode, dan penerapannya pada wacana media*. Prenada Media.

Darma, Y. A. (2014). Analisis wacana kritis dalam multiperspektif. *Bandung: Refika Aditama*.

Eriyanto. (2001). Analisis wacana: Pengantar analisis teks media. Yogyakarta: LKiS.

Fauziah, F., Neviyarni, N., Karneli, Y., & Netrawati, N. (2020).

Modifikasi konseling kelompok untuk siswa dengan pendekatan rational emotive behavior therapy (REBT) di tengah pandemi covid-19. *Consilium: Berkala Kajian Konseling Dan Ilmu Keagamaan*, 7(2), 52-59.

Hasmarlin, H. (2019). Regulasi emosi pada remaja laki-laki dan perempuan.

Juditha, C. (2015). Gender dan seksualitas dalam konstruksi media massa. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 1(1).

Kristina, D., Ardi, H., Shera, M., & Purnomo, S. F. L. A. (2020). Analisis Wacana Kritis Pengantar Praktis. *Pustaka Pelajar. Yogyakarta*.

Mahsun, M. (2014). Metode Penelitian Bahasa: Tahapan, Strategi, dan Tekniknya. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Putri, Esti Widyanti. 2011. *BUDAYA MATERIALIS DALAM NOVEL MR. MAYBE (Studi Analisis Wacana Kritis Tentang Budaya Materialis Dalam Novel Mr. Maybe)*. Skripsi. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran". Jawa Timur.

Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10-19.

Sari, R. A. P., Tjahjono, T., & Rengganis, R. (2022). REPRESENTASI SEKSIME DALAM KOLOM KOMENTAR NETIZEN PADA BUDAYA POPULER KONTEN TIKTOK HASTAG# WANITAKUAT (KAJIAN WACANA KRITIS SARA MILLS). *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, 10(3), 603-608.

Wardani, S. W., Purnomo, D., & Lahade, J. R. (2013). Analisis Wacana Feminisme Sara Mills Program Tupperware She Can! On Radio: Studi Kasus Pada Radio Female Semarang.

