

ABSTRAKSI

Agama menjadi salah satu simbol sosial yang dijadikan komoditas oleh televisi, misalnya melalui program dakwah. Program dakwah yang masih populer di Indonesia sekarang adalah Mamah Dedeh dan Aa Ber-Aksi di Indosiar. Penonton program dakwah ini mayoritas adalah perempuan usia 30 ke atas dan sudah berkeluarga. Ini karena pesan yang diberikan Mamah Dedeh seputar kehidupan rumah tangga khususnya hubungan antara suami dan istri. Namun pesan yang diberikan Mamah Dedeh terkadang bertentangan dengan perspektif gender. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Ibu-ibu memaknai pesan Mamah Dedeh terkait gender. Analisis resepsi menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Dari penelitian ini diketahui bahwa penerimaan kelima informan terhadap pesan terkait isu gender mayoritas berada di posisi *dominant-hegemonic* dari teori *Encoding-decoding* Stuart Hall. Ini berarti pemaknaan penerima pesan sama dengan pengirim pesan.

Kata kunci: khalayak, program dakwah, analisis resepsi.

ABSTRACT

Religion become one of the social symbols that used by media as a commodity, as in *dakwah* program. Mamah Dedeh dan Aa Ber-aksi in Indosiar are *dakwah* programs that are still populer in Indonesia. The majority of the audiences are women above 30 years old and are married. This is because the message that is given by Mamah Dedeh is about domesticity, husband and wife relation in particular. However, the messages is sometimes in contradiction with gender perspective. The purpose of this research is to find out how mothers interpret Mamah Dedeh's gender-related messages. The method used in this reserch is Reception Analysis. This research found that five informants' reception towards gender issues-related messages are majority in dominant-hegemonic positions from Stuart Hall's Encoding-decoding theory. This means that the message receiver interpretation in line with the message sender.

Keywords: audience, *dakwah* program, reception analysis.