

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang diperoleh peneliti tentang analisis isi pesan internet *meme* mengenai isu sosial kandidat capres Jokowi dan Prabowo pada *fan page* facebook humor politik dan *meme* comic politik selama masa kampanye 23 September 2018 - 13 April 2019. Pada *fan page* humor politik ditemukan bahwa, indikator penyajian *meme* persentase tertinggi terletak pada gambar Prabowo. Karena, pada masa itu sedang heboh tagar #2019gantipresiden, masalah mengenai koalisi Prabowo yang menghina ulama. Kemudian, pada *fan page* *meme* comic politik persentase terbesarnya terdapat di bukan gambar Jokowi dan Prabowo. Karena, munculnya berita mengenai Demo 212.

Selanjutnya, untuk isu sosial pada *fan page* humor politik dan *meme* comic politik persentase tertinggi ada pada isu sosial SARA yang paling dominan. Isu SARA yang sering ditampilkan pada *fan page* humor politik adalah tentang Prabowo yang melaksanakan salat jumat dimana, serta Prabowo yang memiliki keturunan China. Sedangkan pada *fan page* *meme* comic politik mengenai Jokowi PKI, dan antek asing. Kemudian, untuk indikator karakter pesan yang ada pada *fan page* humor politik persentase yang tertinggi yaitu persuasi mengenai Prabowo. Pada *fan page* tersebut banyak *meme* yang berisikan sindiran dan sarkas mengenai bagaimana Prabowo beribadah. Sementara itu, pada *fan page* *meme* comic politik persentase tertingginya yaitu citra. Saat Jokowi selalu berfoto sendiri dalam setiap foto di lokasi bencana.

V.2 Saran

V.2.1. Saran Akademis

Bagi mahasiswa bisa melakukan penelitian mengenai analisis isi pesan internet *meme* tetap dikembangkan, melalui media sosial instagram, atau twitter. Karena masih sedikit penelitian mengenai analisis isi internet *meme*. Selain itu masih banyak kajian data yang bisa diolah lebih dalam lagi mengenai internet *meme*.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi *fan page* facebook humor politik dan meme comic politik, yang merupakan wadah komunitas penggemar politik dari Jokowi dan Prabowo. Peneliti memberi saran pada *admin* kedua *fan page* tersebut dapat lebih selektif dalam memilah *meme* mana yang harus di *posting* di facebook.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alyusi, S. D. (2018). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Colin Lankshear, M. (2007). *A New Literacies Sampler*. New York: Peter Lang.
- Dawkins, R. (2018). *The Selfish Gene*. Jakarta: KPG.
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Leigh, H. (2010). *Genes, Memes, Culture, and Mental Illness*. New York: Springer.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Noegroho, A. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pawito. (2015). *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT PRESS.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal:

Allifiansyah, S. (2016). Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 151-164.

Cahaya B.M. dan Pinckey T. (2016). Motif-Motif Yang Mempengaruhi Participatory Culture Internet Meme: Studi pada Khalayak Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, V(1), 29-36.

Hartini, S. (2017). Analisis Wacana Pada Meme Gamers Mario Teguh di Facebook. *Jurnal Online Kinesik*, 4(2), 111-125.

Fitri S. (2018). Pro Kontra Gerakan Tagar #2019GantiPresiden Sebagai Sarana Kampanye Dalam Pemilu. *Jurnal Unnes*, 4(2), 284-303.

Juditha, C. (2015). Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Haji Lulung Meme in Social Media. *Jurnal Pekommas*, 18(2), 105-116.

Kokom Komariah, I. E. (2000). Analisis Isi Pemberitaan Politik di Media Massa Cetak dan Umpan Balik Masyarakat. *Jurnal Sosiohumaniora*, 2(2), 54-64.

Listiyorini Ari. (2017). Wacana Humor Dalam *Meme* Di Media Online Sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia. *Jurnal Litera*, 16 (1) 64-77,

Malik, A. (2017). Meme dan Visualisasi Kebencian Netizen Dalam Kasus Penistaan Agama. *Jurnal Rekam*, 13(2), 67-84.

Nugraha Aditya, R. H. (2015). Fenomena Meme di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(3), 237-245.

Puteri N.R. dan Adi B.M. (2019). Isu Sosial Dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Scriptura*, 9(1), 1-8.

Tazri, M. (2019). Cebong dan Kampret Dalam Perspektif Komunikasi Politik Indonesia, 3(1), 1-7.

Wadipalapa, R. P. (2015). Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1-18.

Widyaningrum, A. Y. dan Theresia I.H. (2017). Wacana Politisi Perempuan Dalam Meme. *Jurnal Komunikatif*, 6 (2), 132-138.

Internet:

<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-46098388> diakses pada 14 November 2019

<https://m.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan> diakses pada 15 November 2019

<https://breakingnews.co.id/read/fenomena-jenderal-kardus-dan-jenderal-baper-pengamat-bukti-bangunan-koalisi-rapuh> diakses pada 15 November 2019

<https://news.detik.com/berita/d-4314415/timses-ungkap-hasil-survei-9-responden-anggap-jokowi-pki> diakses pada 15 November 2019

<https://www.beritasatu.com/politik/487744/tagar-2019-ganti-presiden-ini-kata-pengamat> diakses pada 18 November 2019

<https://pilpres.tempo.co/read/1174079/pengamat-gaya-ofensif-jokowi-respons-terhadap-tuduhan-prabowo> diakses pada 15 November 2019