

**Analisis Persepsi Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024 di Media Sosial
Instagram**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Syifa Aldora Cahyaimani

21321247

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

“Analisis Persepsi Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024 di Media Sosial Instagram”

Disusun Oleh:

Syifa Aldora Cahyaimani

21321247

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 21 Agustus 2025

Dosen Pembimbing Skripsi,



Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA

NIDN. 0509118601



HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

“Analisis Persepsi Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024 di Media Sosial Instagram”

Disusun Oleh:

Syifa Aldora Cahyaimani
21321247

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 3 September 2025

Dewan Penguji:

1. Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA
NIDN. 0509118601
2. Puji Rianto, S.IP.,MA.
NIDN. 0503057601



البعثة الإسلامية
الاستاذ الباندي

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
FAKULTAS
ILMU SOSIAL BUDAYA
Dr. Zaki Habibi, M.Comms.

NIDN. 0517078101

PERNYATAAN AKADEMIK

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syifa Aldora Cahyaimani
Nomor Mahasiswa : 21321247
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apa pun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi Generative Artificial Intelligence secara bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
 - a. ChatGPT digunakan untuk pengecekan tata bahasa.
4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 23 Juli 2025

Yang menyatakan,



Syifa Aldora Cahyaimani
21321247

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"So, indeed, with hardship [will be] ease"

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalammu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji atas kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang selalu memberikan kekuatan serta kemudahan jalan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Persepsi Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024 di Media Sosial Instagram”, sebagai bentuk dedikasi dan tanggung jawab dalam menyelesaikan studi. Dalam proses pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari dukungan, semangat, serta kehadiran dari berbagai pihak yang telah membantu dan menemani selama proses penyusunan berlangsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis tercinta, yang selalu mendoakan, memberikan semangat, kekuatan, serta kasih sayang yang senantiasa tidak pernah berhenti mendukung setiap langkah penulis.
2. Ibu Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih atas bimbingan, arahan, kesabaran, dan motivasi yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Dr. Zaki Habibi, S.I.P., M.Comms. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, terima kasih atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama masa studi.
4. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas pendampingan serta dukungan akademik yang membantu selama masa studi.
5. Sahabat penulis, Annisa' Fijriati Wibisono dan Meisya Nur Cahyani. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, saran, nasihat, dan pelukannya selama ini, terutama dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman *FGD*, Anggita Syafira Bunga, Zahra Aisha, M. Sugih Maulana, Salwa Rayya, Sepnida Annisa, Sabila Fitri, Gita Janislami Lini Putri, Fanny Sitta, dan Farah Fadila yang selalu ada di setiap proses, berbagi kebersamaan, canda, dan tawa, serta menguatkan satu sama lain. Terima kasih atas setiap kata penyemangat,

dukungan, dan motivasi selama awal perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan, Alda Shafa, M. Rangga Maulana, Nurhafidz Dinda, Anshoriyah Fadillah, Sekar Rifa, Marsya Irisha, Raina Salsabilla, dan Mahendi Putri yang telah mendengar keluh kesah, berbagi kebersamaan, serta dukungan yang berarti. Terima kasih telah hadir dan menjadi rekan, sahabat, serta memberikan semangat dan motivasi dikala penulis menyusun skripsi ini.
8. Kawan-kawan Magelangan #3, terkhususnya Rafli Jaisy Muhammad, Abdullah Purbo Laksono, Muhammad Khadavy Putera Ahimsa, Bagas Satria Wardani, dan Muhammad Rayhan yang telah meluangkan waktunya dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang senantiasa kembali melangkah meskipun berkali-kali meragukan langkah yang akan dan telah diambil. Terima kasih telah berani keluar dari badai keraguan sehingga mampu untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan membawa pulang gelar sebagai bentuk kemenangan pada chapter kehidupan kali ini.

Penelitian ini menjadi langkah awal kontribusi penulis dalam pengembangan ilmu yang telah dipelajari selama menempuh studi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi inspirasi bagi pembaca yang ingin melanjutkan studi pada topik serupa. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN AKADEMIK	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Penelitian Terdahulu	3
F. Kerangka Teori	6
1. Meme Politik	6
2. Persepsi	7
3. Komunikasi Politik	9
G. Metode Penelitian	13
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	13
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	14
3. Informan Penelitian.....	14
4. Pengumpulan Data.....	19
5. Analisis Data.....	21
BAB II	23
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian.....	23
BAB III	26
HASIL TEMUAN PENELITIAN	26
A. Pandangan Informan terhadap Fungsi Meme Politik.....	26
B. Persepsi Informan terhadap Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024	36
1. Meme “Let Them Cook”	36
2. Meme “Pertanyaan SGIE”	40
3. Meme “Elektabilitas yang terus naik”	43

4. Meme “saling sindir”	48
5. Meme “Yang Bener Aja, Rugi Dong”	53
6. Meme “Ekspresimu Ketika Ketauan Pake Catatan”	56
7. Meme “Padahal lawan terberat saya, ya saya sendiri”	59
BAB IV	64
PEMBAHASAN	64
A. Faktor Internal dan Eksternal dalam Mempengaruhi Persepsi	64
B. Pembahasan.....	66
BAB V	71
PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Meme “Let Them Cook”	36
Gambar 3. 2 Meme “Pertanyaan SGIE”	40
Gambar 3. 3 Meme “Elektabilitas yang terus naik”	43
Gambar 3. 4 Meme “Saling sindir”	48
Gambar 3. 5 Meme “Yang Bener Aja, Rugi Dong”	53
Gambar 3. 6 Meme “Ekspresimu Ketika Ketahuan Pake Catatan”	56
Gambar 3. 7 Meme “Padahal lawan terberat saya, ya saya sendiri”	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Profil Informan	14
Tabel 2. 1 Meme Politik dari akun @politicaljokesid @elitglobal_real @politicalmemes.id di instagram	24

ABSTRAK

Cahyaimani, Syifa Aldora. 21321247. Analisis Persepsi Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024 di Media Sosial Instagram. (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2025.

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat mengakses dan merespons isu politik. Dalam konteks Pilpres 2024, media sosial menjadi ruang ekspresi politik yang aktif, salah satunya melalui penyebaran meme politik pasca debat capres-cawapres. Meme politik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi politik yang menyampaikan kritik, dukungan, serta opini publik secara visual dan humoris. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi audiens terhadap meme politik debat capres-cawapres dalam pilpres 2024 sebagai bentuk komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah informan yang mengamati meme politik di akun @politicaljokesid, @elitglobal_real, dan @politicalmemes.id di Instagram. Penelitian ini dianalisis melalui tiga tahap persepsi, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi. Dimana dalam tahap sensasi, audiens mendapat stimulus awal melalui ekspresi kandidat, penempatan posisi figur kandidat, dan simbol budaya pop. Pada tahap atensi, audiens mulai lebih memperhatikan ekspresi serta narasi yang menyinggung isu sensitif, menyiratkan ironi, dan menyampaikan sindiran. Sementara pada tahap interpretasi, audiens mulai memaknai meme secara simbolik berdasarkan preferensi politik dan pengalaman individu. Melalui ketiga tahapan tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketujuh meme yang dianalisis dipersepsikan audiens sebagai bentuk sindiran terhadap inkompetensi para capres dan cawapres dalam performa debat capres-cawapres pilpres 2024.

Kata kunci: persepsi, audiens, meme politik, inkompetensi, debat pilpres 2024

ABSTRACT

Cahyaimani, Syifa Aldora. 21321247. *Audience Perception Analysis of Political Memes in the 2024 Presidential and Vice-Presidential Debate on Instagram*. (Undergraduate Thesis). Communication Science Study Program. Faculty of Social and Cultural Sciences. Universitas Islam Indonesia. 2025.

The development of social media has transformed how society accesses and responds to political issues. In the context of the 2024 presidential election (Pilpres), social media became an active space for political expression, one of which was through the spread of political memes following the presidential and vice-presidential debates. Political memes function not only as entertainment but also as a medium of political communication that conveys criticism, support, and public opinion in a visual and humorous form. This study aims to explore audience perceptions of political memes related to the 2024 presidential and vice-presidential debates as a form of political communication. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with informants who observed political memes posted on Instagram accounts @politicaljokesid, @elitglobal_real, and @politicalmemes.id. The analysis follows three stages of perception: sensation, attention, and interpretation. In the sensation stage, the audience receives early stimulus through the candidates' expressions, figure positioning, and the use of pop culture symbols. In the attention stage, the audience begins to focus more on expressions and narratives that touch on sensitive issues, imply irony, and deliver subtle criticism. In the interpretation stage, the audience starts to symbolically interpret the memes based on their political preferences and individual experiences. Through these three stages, the result of this research is that the seven analyzed memes are perceived by the audience as satirical representations of the candidates' incompetence during the 2024 presidential and vice-presidential debates.

Keywords: audience, perception, political memes, incompetence, 2024 presidential debate

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi, masifnya penggunaan internet telah mengubah budaya komunikasi. Meningkatnya penetrasi internet di Indonesia yang mencapai angka 79,5% pada tahun 2024 (APJII, 2024), mendorong pergeseran interaksi masyarakat menjadi komunikasi secara daring. Media sosial sebagai platform digital menjadi media utama dan yang paling populer di kalangan masyarakat dalam berbagi informasi dan berinteraksi. Menurut laporan We Are Social, pada Januari 2024, Indonesia memiliki 139 juta pengguna, dengan rata-rata pengguna menghabiskan waktunya sekitar 3,2 jam per harinya (Databoks, 2024).

Kehadiran media sosial menawarkan kemudahan bagi masyarakat Indonesia untuk mencari informasi, mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan sesama pengguna secara cepat dan mudah. Melalui kemudahan yang ditawarkan, media sosial kemudian menjadi platform yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat serta mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang politik. Dalam konteks politik, media sosial memberikan wadah serta ruang dalam menciptakan keterbukaan dan kesadaran dalam dunia politik (Nazhif, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah membuka ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat untuk mengekspresikan pendapat dan berpartisipasi dalam diskursus politik, termasuk membahas isu-isu yang jarang diangkat oleh media massa. Selain itu, tingginya intensitas diskusi politik di media sosial juga memungkinkan masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi, namun juga berpartisipasi aktif dalam menyebarkan, mengomentari, dan mendebatkan isu-isu politik (Jeconiah, 2025).

Dinamika politik di era digital saat ini dipengaruhi oleh interaktivitas dan viralitas konten yang beredar di media sosial dalam membentuk persepsi publik terhadap isu-isu politik dan kandidat pemilu (Aryantini et al., 2024). Karakteristik media sosial yang interaktif dan memungkinkan konten menjadi viral telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi dan menyebarkan informasi politik. Salah satunya adalah penggunaan meme politik dalam dinamika Pilpres 2024. Dengan

karakteristiknya yang kreatif dan seringkali humoris, meme politik menjadi alat ekspresi yang populer di kalangan pengguna media sosial. Meme politik tidak hanya sekedar hiburan, tetapi juga memiliki dampak dalam menumbuhkan literasi politik, meningkatkan partisipasi politik, serta mereduksi amarah publik. Meme politik, dengan humor dan sifatnya yang mudah dibagikan menjadi salah satu bentuk kritik sosial yang lebih mudah diterima masyarakat (Prabawangi & Fatanti, 2021). Nazhif (2022) menyatakan bahwa meme politik telah menjadi alat komunikasi yang kuat di kalangan pengguna media sosial, bukan hanya sekedar sebagai lelucon melainkan juga sebagai sarana untuk menyampaikan opini tentang suatu isu politik dengan lebih ringan dan humoris.

Dalam konteks Pilpres 2024, meme politik banyak bermunculan setelah acara debat capres dan cawapres yang diselenggarakan oleh KPU. Berbagai pernyataan, tindakan, maupun gestur tubuh para kandidat selama debat yang menonjol dan dinilai kontroversial sering kali menjadi bahan utama dalam pembuatan meme. Masyarakat dengan cepat dapat menyebarkan, memodifikasi, serta memberikan respon terhadap meme tersebut, baik dalam bentuk komentar, kritik, ataupun dukungan terhadap kandidat tertentu. Meme-meme tersebut menjadi cara bagi masyarakat untuk mengekspresikan pendapat, kekaguman, atau bahkan kekecewaan terhadap para kandidat dan isu-isu yang dibahas dalam debat.

Diantara berbagai platform media sosial, Instagram menjadi salah satu ruang utama dalam penyebaran meme politik. Sebagai platform berbasis visual, Instagram mempermudah penyebaran konten dalam bentuk gambar dan video yang menarik perhatian audiens. Dengan audiens yang beragam dan interaktivitas yang tinggi, Instagram menjadi platform yang menarik untuk mengamati bagaimana meme politik menjadi salah satu bentuk ekspresi yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk merespons jalannya debat, baik dalam bentuk kritik, dukungan, maupun sekedar humor yang mencerminkan opini publik terhadap para calon presiden.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi audiens terhadap meme politik debat capres-cawapres dalam pilpres 2024 sebagai bentuk komunikasi politik. Dengan semakin maraknya penggunaan meme sebagai sarana komunikasi politik, penting untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan dan mempersepsi meme politik yang beredar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:
Bagaimana persepsi audiens terhadap meme politik debat capre-cawapres dalam pilpres 2024?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mengetahui persepsi audiens terhadap meme politik debat capres-cawapres dalam pilpres 2024.

D. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian akademik mengenai komunikasi politik dengan meme politik sebagai sarana ekspresi politik. Selain itu, penelitian ini juga menambah wawasan tentang peran media sosial, khususnya instagram dalam membentuk diskursus politik di ranah digital serta menjadi referensi dalam memahami meme politik sebagai bagian dari komunikasi politik modern
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi aktivis digital, jurnalis maupun tim kampanye politik dalam memanfaatkan meme politik sebagai alat komunikasi politik. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu masyarakat memahami bahwa meme politik juga memiliki muatan pesan politik dan sosial yang dapat mempengaruhi opini publik

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan keterbaruan dalam penelitian selanjutnya. Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rani Prita Prabawangi dan Megasari N. Fatanti (2022) berjudul Meme Politik dalam Ruang Wacana Komunikasi Politik di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti tentang peran dan fungsi meme dalam kerangka demokrasi digital di Indonesia. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan metode analisis wacana. Hasil

dari penelitian ini adalah meme politik merupakan bentuk komunikasi politik yang berfungsi sebagai pereda amarah publik, menaikkan partisipasi politik, serta sebagai sarana penunjang literasi politik. Persamaan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian, yakni meme politik sebagai bentuk komunikasi politik. Sementara itu, perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada konteks waktu objek penelitian. Penelitian Prabawangi & Fatanti meneliti meme politik dalam periode waktu 2014 sampai 2019. Sedangkan, penelitian ini akan difokuskan meme politik dalam konteks Pemilu 2024.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nova Rachmawati Puteri dan Adi Bayu Mahadian (2019) dengan judul *Isu Sosial Dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Konten pada Meme Gambar dalam Instagram @memecomic.id)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan internet memes dalam mengangkat isu sosial menjelang pemilihan presiden 2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa internet meme digunakan sebagai wadah untuk mengangkat isu sosial yang populer menggunakan gaya bahasa sindiran atau satir dengan dua bentuk penyampaian, yakni secara serius dan tidak serius. Persamaan dari kedua penelitian ini terletak pada objek dan platform penelitian, yakni meme politik dalam platform Instagram. Sementara itu, perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada konteks waktu objek penelitian. Dimana penelitian Puteri & Mahadian berfokus pada konteks Pemilu 2019, sedangkan penelitian ini akan difokuskan pada konteks Pemilu 2024.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Melati Budi Srikandi dan Bramasta Reynaldi berjudul *Budaya Populer dan Komunikasi Politik: Penggunaan Meme dalam Komunikasi Politik*. Penelitian ini dipublikasikan dalam Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Politik yang diterbitkan oleh Universitas Sebelas Maret di tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat penggunaan meme politik dalam komunikasi politik, seperti bagaimana penggunaan meme politik dalam mengkomunikasikan hal-hal politik dan mempersuasi pembaca sehingga terciptanya opini publik. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan meme dalam komunikasi politik yang meliputi penyebaran meme di media sosial yang dinilai efektif untuk mengekspresikan pandangan politik, sebagai sarana untuk menentang atau mengkritik masalah tertentu, serta sebagai upaya mempengaruhi opini publik.

Persamaan dalam kedua penelitian ini adalah bagaimana keduanya melihat meme politik sebagai bagian dari budaya komunikasi politik. Sementara itu, perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada metode pendekatan penelitian. Dimana penelitian Srikandi & Reynaldi menggunakan pendekatan melalui teori budaya populer dan representasi. Sedangkan penelitian ini akan menggunakan pendekatan teori persepsi audiens.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Usuf Baharudin dan Sri Dwi Fajarini berjudul Meme Komunikasi Politik atas Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial X (Studi pada Akun X @nepo_baby) (2024). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran meme Gibran Rakabuming dalam konteks komunikasi sosial dan politik. Hasil dari penelitian ini adalah meme digunakan sebagai alat ekspresi dalam menyampaikan kritik dan sentimen publik terhadap ketidakpuasan mereka mengenai calon pemimpin politik. Selain itu, dalam konteks pemilu, meme juga mendorong musyawarah publik di media sosial. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah keduanya meneliti meme politik dalam konteks Pemilu 2024 dan membahas respon publik terhadap tokoh politik melalui meme. Sementara itu, perbedaan dari kedua penelitian ini adalah spesifikasi objek penelitian. Dimana penelitian Baharudin dan Fajarini secara spesifik meneliti meme Gibran Rakabuming dalam konteks Pemilu 2024 di platform X. Sedangkan, penelitian ini akan meneliti meme politik yang beredar pasca debat capres-cawapres dalam konteks Pemilu 2024 di Instagram.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Surya Dewi (2019) dengan judul Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik kreator meme berdasarkan jenis meme yang diunggah dalam pemilihan Gubernur Jakarta. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa terdapat tiga karakteristik kreator meme; (1) mempromosikan paslon dan meng-*counter* isu negatif dari pihak lawan, (2) memberikan penyadaran kepada masyarakat untuk lebih kritis, (3) kreator hura-hura atau kreator yang hanya membuat lelucon tanpa ada tujuan tertentu. Persamaan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian, yakni meme politik yang beredar di media sosial Instagram. Sementara itu, perbedaan kedua penelitian ini adalah pada konteks waktu objek penelitian. Dimana penelitian Dewi berfokus pada meme politik di masa pemilihan

Gubernur Jakarta. Sedangkan, penelitian ini akan berfokus pada meme politik di masa pilpres 2024.

F. Kerangka Teori

1. Meme Politik

Istilah meme pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins dalam karyanya berjudul “The Selfish Gene” pada tahun 1976. Istilah meme berasal dari bahasa Yunani yang berarti imitasi atau tiruan. Kemudian dengan munculnya internet dan teknologi digital, konsep ini selanjutnya lebih dikenal sebagai ‘internet memes. Perluasan definitif dari konsep Dawkins kemudian dipakai untuk menunjuk gejala umum tentang *meme culture* di internet, yakni sebuah cara dimana sebuah ide diimitasi, disebar, dan dimediasi dari satu individu ke individu lainnya, lewat interaksi atau pembicaraan, baik melalui medium analog maupun digital (Srikandi & Reynaldi, 2019).

Patrick Davison (Kulkarni, 2017) mendefinisikan internet meme sebagai bagian dari suatu budaya, sebuah lelucon yang mendapatkan pengaruh melalui transmisi daring. Rahayu et al (2019) memaknai meme dalam internet sebagai gambar, link, video, ataupun tautan lainnya yang direplikasi kemudian disebar lagi. Namun, dalam istilah populer di media massa, meme lebih dikenal sebagai replikasi gambar yang diberi teks dan bersifat kontekstual dengan topik yang dimaksudkan (Rahayu et al., 2019).

Secara teknis, teks di dalam meme tidak dijiplak atau digandakan, tetapi dibuat, diolah, dimodifikasi, dan diberi makna sedemikian rupa. Sehingga, produksi meme tidak dapat disederhanakan sebagai wujud kreatif-teknis, namun justru kreatif-substantif makna (Rahayu et al., 2019). Fenomena meme sendiri sebetulnya adalah produk khas budaya digital pada masa kini dan melambangkan banyak kualitas yang mendasarinya. Komponen utama dalam meme adalah humor dan satir. Sejak munculnya media, humor telah digunakan sebagai instrumen untuk menyampaikan opini dan mengkritik penindasan (Kulkarni, 2017). Meme juga telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial yang membantu pembentukan opini.

Meme kemudian digunakan sebagai media untuk mempersuasi masyarakat untuk memilih partai politik tertentu. Shiftman (2013) dalam bukunya menjelaskan bagaimana meme menjadi medium yang dinilai efisien

pada pemilu AS di tahun 2008. Penelitiannya menyebutkan bahwa meme-meme ini lebih merupakan konten yang dibuat oleh pengguna internet daripada informasi yang dibuat oleh elite politik. Shiftman (2013) menyebutkan bahwa meme-meme ini merupakan cara untuk mendorong partisipasi masyarakat karena melalui meme, mereka dapat mengekspresikan pendapat politik mereka dan menjadi bagian dari debat dan diskusi yang tidak dapat dilakukan melalui media tradisional.

Meme politik didefinisikan sebagai meme yang dapat menimbulkan perasaan atau keterlibatan individu terhadap kelompok tertentu, serta menciptakan pernyataan normatif berkaitan dengan tokoh dan isu dalam suatu kondisi politik tertentu (Prabawangi & Fatanti, 2021). Berdasarkan karakteristiknya, meme politik memiliki dua karakteristik. Karakteristik pertama, meme berbentuk candaan. Karakteristik kedua, meme mampu menimbulkan reaksi emosi tertentu, baik itu humor atau bahkan dalam kasus yang ekstrem adalah ujaran kebencian.

Meme politik yang sering ditemukan di media sosial adalah meme yang bernuansa satir. Meme ini biasanya memiliki maksud dan tujuan tertentu dan utamanya dikendalikan oleh kelompok oposisi. Fenomena ini umumnya terjadi menjelang tahun politik seperti ketika kampanye pemilihan presiden dan wakil presiden. Meme politik dinilai sebagai bentuk lain dari komunikasi politik yang sering diisi dengan debat dan pembagian pendapat sehingga dapat membantu membentuk atau mempengaruhi pandangan seseorang tentang kandidat dan kebijakan (Srikandi & Reynaldi, 2019).

2. Persepsi

Kata persepsi berasal dari bahasa latin, yakni dari kata “percepto” dan “percipio”, yang bermakna pengaturan, identifikasi, dan penerjemahan informasi yang diterima melalui panca indra manusia untuk mendapatkan pengertian dan pemahaman tentang lingkungan sekitar (Hasanah et al., 2024). Adapun menurut Joseph A. Devito (dalam Shafira, 2023), persepsi adalah proses yang membuat kita tersadar akan banyaknya stimulus yang ada dalam mempengaruhi indera kita. Mangkunegara (dalam Mahardita, 2013) mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Sehingga, dapat disimpulkan persepsi

merupakan proses memaknai lingkungan sekitar melalui panca indra atau stimulus yang diterima sehingga menghasilkan suatu interpretasi pada diri individu.

Persepsi terjadi karena adanya objek yang menimbulkan stimulus dan stimulus tersebut diterima oleh alat indera untuk kemudian diterjemahkan oleh individu. Menurut Deddy Mulyana (2015), terdapat tiga tahapan dalam persepsi, yaitu:

1. Sensasi

Tahap pertama adalah sensasi. Tahap ini melibatkan penerimaan stimulus yang diterima oleh alat indera yang dimiliki manusia, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, pengecap, dan peraba. Stimulus yang diterima kemudian akan diteruskan ke otak untuk diproses lebih lanjut.

2. Atensi

Selanjutnya adalah atensi, yaitu pemusatan pikiran terhadap stimulus tertentu yang dianggap penting. Atensi melibatkan seleksi informasi berdasarkan sesuatu yang mencolok atau menonjol sehingga menarik perhatian individu sehingga stimulus tersebut akan diproses lebih lanjut.

3. Interpretasi

Tahap terakhir adalah interpretasi, yaitu pemberian makna terhadap stimulus yang telah diseleksi dan diperhatikan. Pada tahap ini, pengalaman, pengetahuan, dan nilai-nilai individu akan mempengaruhi bagaimana stimulus tersebut diartikan.

Dalam konteks penelitian ini, tahapan persepsi tersebut dapat dijelaskan melalui fenomena meme politik. Meme politik yang beredar di media sosial berfungsi sebagai stimulus yang ditangkap oleh panca indra individu melalui teks, gambar, maupun simbol visual. Pada tahap Sensasi, individu menangkap bentuk visual dari meme, seperti ekspresi wajah, simbol, atau potongan kalimat yang diambil dari debat. Pada tahap atensi, individu memusatkan perhatian pada bagian yang dianggap menonjol, misalnya humor, sindiran, atau narasi tertentu. Selanjutnya pada tahap interpretasi, audiens memberikan makna terhadap meme tersebut. Makna yang terbentuk

dapat berupa hiburan, kritik, dukungan, maupun penolakan terhadap kandidat yang digambarkan.

Penafsiran audiens terhadap meme politik kemudian dapat dipahami melalui teori persepsi interpersonal. Persepsi interpersonal adalah persepsi terhadap manusia, dimana stimulus disampaikan melalui simbol verbal maupun grafis, bertujuan untuk memahami perilaku individu lain, termasuk motif perilakunya (Maryam & Paryontri, 2020). Objek dalam persepsi interpersonal, yaitu manusia, bersifat dinamis. Sehingga, makna yang diberikan juga dapat berubah sesuai situasi. Dalam hal ini, meskipun meme politik merupakan medium berupa teks atau gambar, objek yang dipersepsikan tetaplah manusia, yakni kandidat capres-cawapres yang menjadi isi meme.

Teori persepsi interpersonal menjelaskan bahwa proses pemaknaan dipengaruhi oleh faktor situasional (faktor eksternal) dan faktor personal (faktor internal). Faktor situasional meliputi deskripsi verbal, petunjuk prosemik, petunjuk kinesik, petunjuk wajah, petunjuk paralinguistik, dan petunjuk artifaktual. Sementara faktor personal meliputi pengetahuan, motivasi dan kepribadian individu.

Dalam konteks meme politik, faktor situasional dapat berupa bentuk penyajian meme itu sendiri, seperti penggunaan bahasa, ekspresi wajah kandidat dalam gambar, gaya humor, maupun format visual meme, berperan dalam membentuk pemahaman audiens. Sementara itu, faktor personal seperti pengalaman politik, motivasi, kepribadian, serta latar belakang audiens turut memengaruhi bagaimana sebuah meme ditafsirkan.

3. Komunikasi Politik

Komunikasi politik dijelaskan sebagai suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mencari pengaruh tertentu di dalam suatu sistem politik (Syauket et al., 2024). Michael Rush dan Philip Althoff (1997) mendefinisikan komunikasi politik sebagai sebuah proses dimana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan diantara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Lynn Sanders (dalam Syauket et al., 2024), mengartikan komunikasi politik sebagai pertukaran gagasan dan pesan, baik secara verbal maupun visual,

secara langsung atau melalui media, yang terjadi dalam suatu ruang publik dan dapat diidentifikasi. Dalam konteks ini, komunikasi politik dianggap sebagai elemen kunci dalam pengaruh dinamika pemerintah.

Sementara itu, komunikasi politik menurut Brian McNair (Setiawan, 2019) adalah segala bentuk komunikasi yang bertujuan tentang politik, yang meliputi:

1. Segala bentuk komunikasi yang dilancarkan oleh para politisi dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi yang ditujukan kepada aktor-aktor politik oleh non-politisi, seperti para pemilih dan jurnalis media.
3. Komunikasi tentang aktivitas para aktor politik yang dipublikasikan dan menjadi sebuah berita, editorial, dan bentuk diskusi politik lainnya di media massa.

Dari beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah suatu proses pertukaran informasi, gagasan, dan pesan yang berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan, dan isu-isu politik baik yang dilakukan oleh aktor politik maupun oleh masyarakat umum, melalui berbagai saluran komunikasi, baik langsung maupun tidak langsung, untuk memengaruhi atau merespons kebijakan dan perilaku politik.

Menurut McNair (Syauket et al., 2024), Komunikasi politik memiliki lima fungsi dasar yang diuraikan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang perkembangan di sekitarnya. Dalam hal ini, media komunikasi bertindak sebagai pengamat yang memantau dan monitoring peristiwa-peristiwa dalam masyarakat.
2. Mengedukasi masyarakat mengenai makna dan signifikansi fakta melalui liputan yang objektif dari para jurnalis, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai realitas yang ada.
3. Sebagai platform untuk menampung isu-isu politik, menciptakan wacana yang membentuk opini publik, dan mengembalikan hasil opini tersebut kepada masyarakat sebagai upaya penegakan demokrasi.
4. Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik media berfungsi sebagai anjing penjaga (*watchdog*).

5. Dalam masyarakat yang demokratis, media politik menjadi saluran advokasi yang menyampaikan kebijakan dan program lembaga politik kepada publik, serta mendukung demokrasi dengan menyuarakan kebijakan dan aspirasi politik secara terbuka.

Setiawan (2019) menyebutkan dalam komunikasi politik terdapat beberapa unsur utama yang membentuk efektivitas penyampaian pesan politik, yaitu:

- a. Komunikator Politik: Aktor yang menyampaikan pesan politik, seperti politisi, partai, media, atau individu yang terlibat dalam komunikasi politik.
- b. Pesan Politik: Informasi atau gagasan yang disampaikan dalam berbagai bentuk seperti kampanye, debat, kebijakan, atau konten digital yang bertujuan mempengaruhi opini publik.
- c. Media Komunikasi Politik: Saluran penyebaran informasi politik melalui media massa, media sosial, debat publik, dan kampanye digital
- d. Audiens Politik: Masyarakat yang menerima dan merespons pesan politik dalam bentuk opini, diskusi, maupun tindakan politik.
- e. Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik: Dampak yang dihasilkan dari pesan politik terhadap audiens, yang dapat berupa perubahan sikap, opini, atau keterlibatan dalam aktivitas politik.

Lavidge & Steiner (Syauket et al., 2024) menyatakan bahwa proses komunikasi tidak hanya menjadi medium dalam menyampaikan pesan, namun juga dapat menciptakan pengaruh atau efek yang dapat merubah pemahaman dan pandangan penerima pesan. Konsep ini dikenal sebagai efek komunikasi, mencakup perubahan-perubahan yang terjadi pada diri penerima pesan komunikasi. Efek komunikasi dapat dikategorikan ke dalam tiga dimensi berikut ini:

1. Dimensi Kognitif (pemikiran/gagasan)

Dimensi ini menyoroti perubahan pada ranah pengetahuan, pemikiran, dan gagasan seseorang melalui pesan-pesan komunikasi yang menyajikan informasi serta realitas yang ada. Dalam hal ini, komunikasi politik dapat mempengaruhi pemahaman dan pengetahuan individu terhadap isu-isu politik.

2. Dimensi Afektif (emosi)

Dimensi ini menyoroti perubahan pada sikap, emosi, ataupun perasaan individu terhadap suatu topik politik. Dalam hal ini, komunikasi politik memiliki kemampuan untuk membangkitkan, mengubah, atau bahkan memperkuat respons emosional individu terhadap suatu peristiwa politik maupun figur publik.

3. Dimensi Konatif (motivasi)

Dimensi ini menitikberatkan pada perubahan perilaku individu. Lavidge dan Steiner menekankan bahwa pesan-pesan komunikasi dapat mengarahkan keinginan individu untuk melakukan sesuatu sehingga mempengaruhi partisipasi dalam proses politik. Dengan kata lain, komunikasi politik dapat memotivasi individu untuk terlibat aktif dalam kegiatan politik atau mengambil sikap tertentu terhadap suatu isu.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi politik dengan mempercepat distribusi informasi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam politik (Anshari, 2013). Di era digital, komunikasi politik tidak lagi terbatas pada media konvensional, tetapi telah bergeser pada media baru. Kehadiran media baru telah memberikan pengertian baru terhadap aktivitas politik melalui media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya. Melalui media sosial, komunikasi politik kini menjadi lebih partisipatif, lebih efisien, lebih murah, lebih terbuka, dan lebih terupdate informasinya (Setiawan, 2019).

Dalam konteks ini, media sosial dianggap sebagai sarana ideal untuk mendapatkan informasi tentang opini publik terkait kebijakan dan posisi politik, sekaligus untuk membangun dukungan massa terhadap politisi yang sedang berkampanye (Syauket et al., 2024). Stieglitz dan Dang-Xuan (Syauket et al., 2024) menegaskan media sosial juga memiliki kemampuan untuk menciptakan ruang dialog antara politisi dan publik, terutama untuk menarik minat pemilih pemula atau pemilih muda. Salah satu fenomena menarik yang muncul dari dinamika komunikasi politik digital ini adalah meme politik.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari individu dan perilaku yang diamati. Menurut Denzin & Lincoln yang dikutip oleh Fadli (2021), penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menafsirkan fenomena dalam konteks alaminya dengan peneliti terlibat secara aktif dalam pengumpulan dan analisis data. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Sugiyono (2013) menyampaikan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti objek alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Dengan demikian, penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai fenomena alamiah dengan peneliti berperan sebagai instrumen kunci yang secara aktif terlibat dalam pengumpulan dan analisis data untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang diteliti.

Selanjutnya, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi, dengan objek penelitian berupa meme politik yang diunggah oleh akun @politicaljokesid, @elitglobal_real, dan @politicalmemes.id di Instagram. Pendekatan fenomenologi dipilih karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman subjektif individu ketika melihat meme politik, termasuk persepsi, reaksi emosional, dan interpretasi yang muncul.

Hasbiansyah (2005) memaparkan bahwa pendekatan fenomenologi ditujukan untuk menjelaskan fenomena dan maknanya bagi individu dengan melakukan wawancara pada sejumlah individu. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mengenai persepsi audiens terhadap meme politik debat capres-cawapres Pemilu 2024 di Instagram serta untuk mengeksplorasi pengalaman individu yang terlibat dalam fenomena tersebut secara komprehensif. Dengan menempatkan responden dalam konteks alaminya, yaitu penggunaan Instagram sebagai media sosial, fenomenologi membantu menjelaskan mengapa persepsi tertentu muncul dan bagaimana pengalaman

menonton meme politik memengaruhi cara individu menafsirkan pesan politik yang disampaikan.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-Juni. lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan secara offline di D.I Yogyakarta dan disesuaikan dengan jadwal subjek peneliti.

3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dimana peneliti secara selektif memilih lima informan berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian (Bungin, 2007). Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

1. Berusia minimal 18 tahun, yang merupakan kelompok usia yang memiliki hak pilih dalam Pemilu 2024 dan terlibat dalam proses politik.
2. Pengguna aktif yang mengikuti dan berpartisipasi dalam percakapan politik terkait Pemilu 2024.
3. Melihat, mengamati, atau berinteraksi dengan meme politik yang muncul pasca debat Pilpres 2024.

Terdapat beberapa informan yang terlibat dalam penelitian ini melalui proses wawancara yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1 Profil Informan

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Rafli Jaisy Muhammad	22 tahun	Mahasiswa
2	Abdullah Purbo Laksono	22 tahun	Mahasiswa
3	Muhammad Khadavy Putera Ahimsa	22 tahun	Mahasiswa
4	Bagas Satria Wardani	21 tahun	Mahasiswa
5	Muhammad Rayhan	25 tahun	Aktivis

a. Rafli

Informan pertama dalam penelitian ini adalah Rafli Jaisy Muhammad. Rafli merupakan seorang mahasiswa jurusan Hukum di Universitas Islam Indonesia, angkatan 2021. Rafli merupakan bagian dari kelompok Gen Z, yang menjadi salah satu segmen pemilih terbesar dalam Pemilu 2024. Dalam wawancara, Rafli menjelaskan bahwa dirinya cukup aktif mengikuti dinamika politik, khususnya dalam Pemilu 2024 lalu.

*“kemarin mengikuti dan juga menjadi pemilih juga. Alhamdulillah
enggga golput”*

(Rafli, 20 Maret 2025).

Rafli menjadi salah satu pemilih yang tidak golput dan cenderung antusias untuk menggali informasi terhadap isu-isu politik dari berbagai sumber, khususnya media sosial. Platform utama yang ia gunakan biasanya adalah Instagram dan TikTok. Rafli menyebut bahwa ia membuka media sosial setiap hari dan secara tidak langsung selalu terpapar oleh konten-konten politik, termasuk meme politik terkait Pemilu 2024.

*“yaa biasanya lewat medsos ya karena memang medsos selalu dibuka
setiap hari jadi ya mau gamau akhirnya dapet informasi politik dari
medsos.”*

(Rafli, 20 Maret 2025).

b. Purbo

Informan yang kedua adalah Abdullah Purbo Laksono, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia angkatan 2021. Purbo termasuk mahasiswa yang memiliki pengalaman organisasi yang cukup kuat. Ia pernah menjabat sebagai Kepala Bidang Jaringan dan Pergerakan di Lembaga Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (LEM UII) tahun 2023, serta aktif di organisasi Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI). Dengan latar belakang tersebut, Purbo menjadi pribadi yang aktif dan senang mengikuti perkembangan politik di Indonesia. Ia juga kerap berkontribusi dalam dunia pergerakan. Salah satunya adalah selama masa pemilu 2024.

*“iya termasuk, tapi kalau saya sendiri nggak bisa mengklaim diri
saya sebagai aktivis ya, cuman keterlibatan saya di dalam dunia
gerakan juga ada laahh, seperti itu.”*

(Purbo, 15 April 2025).

Tidak jarang Purbo mendapatkan informasi langsung dari jaringan relasi politiknya. Selain itu, Purbo juga kerap mengakses informasi politik melalui media sosial, khususnya Instagram. Salah satu akun yang menjadi rujukannya dalam mengamati dinamika politik adalah akun Political Jokes, dimana ia sering melihat konten meme politik.

“akun yang aku follow ada, political jokes namanya”
(Purbo, 15 April 2025).

Dalam wawancara, Purbo juga menyoroti fenomena segmentasi basis dukungan politik di media sosial. Purbo menilai bahwa sejatinya, platform-platform media sosial merepresentasikan dukungan massa terhadap paslon selama masa pemilu 2024. Seperti bagaimana Tiktok cenderung menguntungkan Prabowo-Gibran, Twitter yang lebih banyak diisi oleh pendukung Anies Baswedan, sedangkan Instagram lebih didominasi oleh pendukung Ganjar dan PDIP.

“twitter nggak. Karena menariknya, ternyata kalau kita breakdown, Instagram, Twitter, maupun Tiktok itu punya fanbasenya masing-masing ternyata. Kalau konteks pilpres 2024 kemarin, kita sering melihat video-video yang menguntungkan Prabowo Subianto dan Gibran itu bisa kita temui di Tiktok, ya contoh kayak waktu debat, Prabowo ditangisi, itu kan banyak kontennya di Tiktok. Kalau di Twitter itu banyak anak abahnya, dan memang Anies Baswedan sendiri lebih aktif di Twitter. Kalau di Instagram, ya geng geng Ganjar dan PDIP itu banyak di Instagram. Jadi memang punya basenya masing-masing. Ternyata platform digital itu sebagai representasi daripada dukungan massa terhadap paslon.”
(Purbo, 15 April 2025).

c. Davy

Muhammad Khadavy Putera Ahimsa atau biasa dipanggil Davy, merupakan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia angkatan 2021. Davy sendiri termasuk sebagai mahasiswa yang aktif berorganisasi. Ia pernah menjabat sebagai fungsionaris di Lembaga Eksekutif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (LEM UII) tahun 2023 dan saat ini menjabat sebagai Wakil Komisaris Bidang Media dan Informasi di Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia Universitas Islam Indonesia

(GMNI UII). dalam aktivitasnya di organisasi, Davy terlibat aktif dalam produksi konten, termasuk infografis dan meme untuk isu-isu terkini, seperti isu politik dan ekonomi.

“sebagai fungsionaris pada saat itu, karena aku fokusnya di bidang jaringan dan pergerakan, di biro Aksi dan Propaganda, disitu aku aktif dalam membahas infografis-infografis isu terkait isu-isu terkini lah. Termasuk isu politik, isu ekonomi, yang nanti dikemas dalam bentuk konten yang akan ditampilkan di IG”

(Davy, 17 April 2025).

Meskipun mengaku belum sepenuhnya layak disebut sebagai aktivis, Davy menyebut dirinya sebagai pejuang suara mahasiswa, karena ia kerap menyuarakan isu melalui media sosial, salah satunya adalah ketika pemilu 2024. Dalam wawancara, Davy mengatakan bahwa ia sangat mengikuti dinamika pemilu 2024 dan mendapatkan informasi melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter. Davy mengelompokkan media sosial berdasarkan tingkat kebutuhan informasinya, ketika ia membutuhkan informasi yang ringan ia akan memilih Tiktok, sedangkan untuk isu-isu yang lebih mendalam ia akan merujuk pada Instagram dan Twitter. Terkait konsumsi meme politik, Davy mengaku lebih sering menemukan meme politik di Instagram dan Twitter.

“hampir sama semua siih, tergantung tingkatannya. Kalau mau tingkatannya agak receh ya di Tiktok, kalau mau yang agak serius di Instagram, kalau yang mau serius banget di Twitter”

(Davy, 17 April 2025).

d. Bagas

Bagas memiliki nama lengkap Bagas Satria Wardani, ia merupakan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia angkatan 2021 yang aktif mengikuti isu-isu politik dan organisasi kampus. Ia pernah menjabat sebagai Kepala Bidang Analisis dan Riset LEM UII tahun 2023. Selain itu, Bagas juga menjabat sebagai Wakil Komisaris Bidang Politik dan Jaringan di GMNI UII. Sebagai individu yang sering bersinggungan langsung dengan politik dan riset, Bagas mengungkapkan bahwa ia memiliki ketertarikan tinggi terhadap isu-isu politik nasional, terutama selama masa Pemilu 2024. Ia tidak hanya mengikuti berita secara aktif, tapi

juga menjadikan isu politik sebagai bagian dari tanggung jawab organisasionalnya.

“suka, dan memang selain daripada suka secara pribadi ditambah lagi kewajiban atau keharusan yang harus dilaksanakan karena memang posisi daripada jabatan di organisasi. Jadi mau tidak mau harus mengikuti isu-isu politik, perkembangan politik setiap hari bahkan, bukan setiap periode”

(Bagas, 24 April 2025).

Dalam kesehariannya, Bagas memperoleh informasi politik melalui platform digital seperti laman berita digital maupun laman resmi dari para kontestan politik di pemilu 2024. Selain itu, Bagas juga aktif mengakses media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Tiktok untuk mengikuti perkembangan politik terkini. Selama masa Pemilu 2024, Bagas lebih sering menggunakan Instagram dan TikTok, terutama dalam menemukan meme politik yang beredar luas di media sosial.

“saya ada untuk mengikuti perkembangan politik itu tiga, ada Instagram, Twitter, sama salah satunya ada Tiktok juga.”

(Bagas, 24 April 2025).

e. Ray

Muhammad Rayhan atau yang lebih akrab disapa Ray, merupakan lulusan program studi Hubungan Internasional Universitas Islam Indonesia. Selama masa kuliah, Ray dikenal aktif berorganisasi. Ia pernah menjabat sebagai Ketua Umum LEM UII pada tahun 2023, sekaligus dipercaya sebagai Koordinator Daerah BEM Seluruh Indonesia di wilayah Yogyakarta. Dengan latar belakangnya di organisasi, Ray kerap terlibat dalam pengawalan berbagai isu strategis, termasuk selama masa Pemilu 2024. Ia terlibat langsung dalam mengawal putusan Mahkamah Konstitusi terkait syarat usia capres-cawapres dan juga isu bantuan sosial (bansos) yang ramai diperbincangkan karena dianggap digunakan untuk kepentingan politik.

“contohnya perihal putusan Mahkamah Konstitusi, terus penggunaan bansos, pengerahan aparat, dan lain sebagainya.”

(Ray, 28 April 2025).

Dalam memperoleh informasi, Ray mengandalkan berita dan media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Ia menyebutkan bahwa ia juga sering mendapati meme politik di Instagram. Selain itu, Ray juga kerap mendapatkan informasi dari relasi dan jaringan politiknya.

“ada beberapa, misalkan dari instagram atau tiktok, ya sosial media lah.. atau bisa dari berita-berita atau mungkin beberapa teman-teman yang sama-sama juga menggeluti dunia yang sama, kita berada dalam lingkungan yang sama.”

(Ray, 28 April 2025).

4. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi alamiah), dimana data yang diperoleh menjadi sumber data primer dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Sugiyono, 2013). Adapun berdasarkan sumber datanya, terdapat dua jenis sumber data, yakni:

1) Data primer

Data primer adalah sumber data primer yang diberikan langsung dari narasumber atau informan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Dalam proses pengumpulan data primer, peneliti menggunakan tiga tahapan yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Tahapan yang pertama adalah observasi. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data melalui pengamatan menggunakan panca indra yang dilakukan oleh manusia (Morissan, 2017). Sugiyono (2018) memaparkan bahwa terdapat empat jenis observasi, yakni observasi partisipan, observasi non-partisipan, observasi terstruktur, dan observasi tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, jenis observasi yang digunakan adalah observasi non-partisipan. Observasi non-partisipan dalam hal ini memposisikan peneliti sebagai pengamat independen dan tidak terlibat dalam objek yang diteliti (Sugiyono, 2018). Dalam proses observasi, peneliti akan memperhatikan dan mengamati konten meme politik debat capres-cawapres pilpres 2024

yang beredar di akun instagram (@politicaljokesid, @elitglobal_real, @politicalmemes.id).

b. Wawancara

Tahapan yang kedua, peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik. Moleong (2017) menyatakan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan secara langsung antara peneliti dan informan, dimana peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertentu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada lima informan dengan menampilkan meme-meme politik yang telah dipilih sebagai objek penelitian pada sesi wawancara serta mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait. Pertanyaan dalam wawancara difokuskan pada pemahaman informan tentang meme politik, persepsi terhadap meme politik yang beredar, dan pengalaman mereka dalam interaksi dengan meme politik di media sosial.

c. Dokumentasi

Tahapan ketiga adalah dokumentasi, dimana peneliti akan mengambil gambar dan recording pada kegiatan wawancara. Selain itu, bentuk dokumentasi lainnya adalah screenshot terkait unggahan meme politik pasca debat di platform dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Dokumentasi ini dimaksudkan sebagai pendukung data dalam proses analisis dan interpretasi data.

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari informan, melainkan lewat orang lain maupun dokumen (Sugiyono, 2013). Data sekunder penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang relevan untuk mendukung dan melengkapi data primer. Sumber data sekunder mencakup jurnal penelitian terdahulu, skripsi terdahulu, literatur, dan dokumen-dokumen lain yang menunjukkan informasi relevan dengan penelitian.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dengan mengorganisasi data ke dalam kategori, menjabarkannya menjadi unit-unit, menyusun pola, memilih informasi penting, dan membuat kesimpulan sehingga data mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain (Sugiyono, 2013). Miles dan Huberman (1994) mengemukakan bahwa terdapat empat tahapan dalam proses analisis data kualitatif, yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data, dan kesimpulan/verifikasi. Adapun penjelasan dari masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan data

Dalam tahap ini, peneliti mengumpulkan data yang diperoleh setelah proses penelitian lapangan. Data ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang kemudian disimpan dalam bentuk arsip dan diorganisir berdasarkan kategorinya. Tahap ini bertujuan untuk mengintegrasikan data-data penelitian yang telah dikumpulkan selama penelitian.

2) Reduksi data

Reduksi data adalah tahap analisis dimana peneliti memilih, merangkum, memfokuskan hal-hal penting, dan mengekstrak data yang telah diperoleh selama penelitian. Tahap ini bertujuan untuk menyederhanakan dan mengolah data yang diperoleh untuk kemudian disesuaikan dengan tema penelitian. Sehingga, dengan mereduksi data, peneliti mendapat gambaran untuk pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan.

3) Display data

Tahapan selanjutnya adalah display/penyajian data. Dalam tahap ini, semua data telah terorganisasi dan tersusun dalam pola, sehingga akan lebih mudah dipahami. Miles dan Huberman menyatakan bahwa bentuk penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan bentuk teks yang bersifat naratif. Tahap ini bertujuan untuk mempermudah memahami kondisi objek penelitian.

4) Kesimpulan/verifikasi

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam tahap ini, peneliti akan penarikan kesimpulan berdasarkan interpretasi data-data yang telah diperoleh. Kesimpulan dapat ditarik dengan memberi makna terhadap data-data yang telah ditemukan. Tahap in bertujuan untuk mengungkap makna data penelitian dan menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut.

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada persepsi audiens terhadap penggunaan meme politik sebagai bentuk ekspresi politik dalam konteks Pemilu 2024. Meme politik merupakan bagian dari komunikasi politik digital yang berkembang pesat di media sosial, khususnya Instagram, yang menjadi platform utama dalam penyebaran konten visual berbasis humor. Dalam dinamika politik modern, meme politik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi alat penyampaian pesan politik, kritik sosial, serta medium untuk membentuk opini publik terhadap isu-isu tertentu.





Sebagai salah satu bentuk komunikasi politik, meme politik memiliki karakteristik yang unik, yaitu bersifat ringkas, mudah dipahami, menghibur, serta cepat menyebar. Karakteristik ini membuat meme politik efektif dalam menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda yang lebih aktif di media sosial. Meme politik sering kali menyoroti gestur, pernyataan, atau momen penting dalam debat politik, yang kemudian dikemas dalam bentuk visual dan teks yang mengandung humor, satire, atau sindiran.

Dalam penelitian ini, objek utama yang dianalisis adalah meme politik yang beredar di Instagram, yang diunggah oleh beberapa akun seperti @politicaljokesid, @elitglobal_real, dan @politicalmemes.id. Meme-meme ini dipilih berdasarkan keterkaitan dengan debat capres dan cawapres Pemilu 2024, serta bagaimana mereka membentuk narasi politik di media sosial. Selain itu, penelitian ini akan melihat bagaimana audiens menafsirkan meme politik, apakah mereka hanya menganggapnya sebagai hiburan semata atau justru melihatnya sebagai sumber informasi dan pembentukan opini politik.

Untuk memahami bagaimana meme politik mempengaruhi persepsi audiens, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis konten meme serta respons audiens terhadapnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berusaha memahami bagaimana meme politik dikemas dan disebarluaskan, tetapi juga bagaimana audiens mempersepsikan, menanggapi, dan mungkin terpengaruh oleh meme tersebut dalam membentuk sikap dan opini politik mereka selama Pemilu 2024.

Tabel 2. 1 Meme Politik dari akun @politicaljokesid @elitglobal_real @politicalmemes.id di instagram

No	Meme Politik Pilpres 2024	Konteks	Akun
1		Debat capres pertama	@politicalmemes.id di instagram
2		Debat cawapres kedua	@elitglobal_real dan @politicaljokesid di instagram
3		Pasca debat cawapres kedua	@elitglobal_real di instagram

<p>4</p>		<p>Debat cawapres keempat</p>	<p>@politicalmemes.id di instagram</p>
<p>5</p>		<p>Debat cawapres keempat</p>	<p>@elitglobal_real & @politicaljokesid di instagram</p>
<p>6</p>		<p>Debat cawapres keempat</p>	<p>@elitglobal_real di instagram</p>
<p>7</p>		<p>Menyindir pernyataan atau klaim percaya diri Cak Imin dengan sindiran humor</p>	<p>@politicalmemes.id instagram</p>

BAB III

HASIL TEMUAN PENELITIAN

A. Pandangan Informan terhadap Fungsi Meme Politik

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa meme politik dipersepsikan sebagai media yang efektif untuk memicu opini, membangkitkan diskusi publik, serta menyebarkan pesan politik secara kreatif di ruang digital. Para informan melihat bahwa meme politik memiliki peran strategis dalam membentuk wacana politik, baik dengan cara menghibur maupun menyampaikan kritik. Namun, disisi lain, meme politik juga dipandang berpotensi memperkeruh suasana diskusi karena sifatnya subjektif dan sering kali memicu polarisasi. Dengan demikian, meme politik tidak hanya hadir sebagai hiburan, melainkan juga sebagai instrumen komunikasi politik yang mampu mempengaruhi dinamika opini publik.

Informan pertama, Rafli memandang bahwa meme politik memiliki peran dalam membentuk opini publik. Menurutnya, meme politik merupakan cara kreatif yang berfungsi sebagai pemantik atau pemicu awal dalam membentuk opini publik. Rafli menilai bahwa meme politik dapat memicu diskusi yang lebih dalam di kolom komentar. Sehingga kemudian, isu yang dimuat dalam meme politik tersebut bisa berkembang menjadi wacana publik.

“sebenarnya kalau misalkan meme politik kadang kan akhirnya memantik diskusi yaa di kolom komentar. Nah itu nanti bisa jadi membuat opini publiknya disitu nanti akhirnya. Apalagi di era sekarang, yang justru apa yaa.. Kebenaran dilihat dari mayoritas. Jadi ya kebanyakan penggiringan opini publiknya lewat meme memang untuk memantiknya, cuma kebanyakan nanti akhirnya digiring lagi, ditambah lagi, diperkeruh lagi di kolom komentarnya sebenarnya.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Hal ini kemudian membuat Rafli memandang bahwa meme politik juga berperan sebagai alat penyederhanaan informasi yang kompleks. Menurutnya meme politik dapat membantu masyarakat, khususnya dari kalangan menengah ke bawah yang tidak terbiasa membaca narasi panjang. Meme dianggap mampu menyampaikan isu secara lebih sederhana dan mudah dicerna sehingga dapat menumbuhkan kesadaran politik di kalangan masyarakat menengah ke bawah.

“sebenarnya meme politik kan ada beberapa jenis meme politik lah, ada yang memang sifatnya kreativitas, ada yang sifatnya lebih ke penghinaan mungkin, atau lebih ke pelecehan dan segala macamnya. Namun kalau secara umum, meme politik kan ya urusan sama kreativitas lah yaa dan juga bisa memberikan informasi secara lebih sederhana kepada kalangan-kalangan masyarakat yang khususnya

memang di kalangan menengah ke bawah. Jadi, menurut aku sendiri, meme politik bisa juga menambah kesadaran dari masyarakat-masyarakat bawah khususnya, yang gak bisa baca terlalu panjang di berita, yang memang bentuk narasinya yang panjang atau segala macemnya, (kemudian mereka) lihat dengan meme politik akhirnya bisa membuat kesadaran itu muncul gitu di kalangan masyarakat menengah ke bawah.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Meski begitu, Rafli tidak menutup mata terhadap sisi negatif dari meme politik. Rafli menyebutkan bahwa jika meme politik dibuat dengan tujuan menghina atau melecehkan pihak tertentu, meme bisa menjadi sebuah alat propaganda yang memperburuk persepsi publik terhadap politik. Bahkan menurut Rafli, bisa jadi publik kemudian jenuh dan membentuk citra negatif terhadap politik.

“Mungkin, makanya tadi aku bilang sendiri selain ada hal yang kreatif yang mungkin bisa diambil, tapi juga bisa yang terjadi adalah ketika itu nanti arahnya ke penghinaan, pelecehan, atau segala macamnya, itu nanti akan bisa berbahaya. Karena walaupun memang kita negara demokrasi, cuman memang ketika hal seperti itu dirawat terus menerus, hal-hal yang sifatnya penghinaan, sifatnya pelecehan dan segala macamnya ditampilkan terus itu nantinya justru akan membuat dampak yang berbeda dengan hal yang kreatif tadi. Bisa jadi masyarakat akan semakin jenuh dengan adanya hal-hal tersebut muncul-munculan terus, mungkin juga memunculkan stigma negatif terhadap politik itu sendiri dan segala macamnya”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Namun demikian, Rafli juga memandang meme politik merupakan alat ekspresi politik masyarakat di sosial media sekaligus strategi kampanye politik di era digital ini. Rafli berpendapat bahwa media sosial dengan segala kontennya, termasuk meme politik, yang dikemas dengan hal-hal kreatif dan nyeleneh, justru sangat efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi publik, khususnya pada generasi muda.

“bisa juga, meme politik juga bisa jadi strategi kampanye politik saat ini, di era digital. Sejauh ini, selama kemarin pemilu 2024, aku memandang bahwa memang sosial media dengan meme meme politik dan segala macamnya itu sangat-sangat memengaruhi dan menjadi kanal yang memang cukup efektif untuk menjadi kanal kampanye yang bagus untuk pasangan calon sih. Terutama untuk gen z gen z yang pemalas ini yang cuma di kamar sambil scroll-scroll doang.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Informan kedua, Purbo memandang bahwa meme politik memiliki peran sebagai alat untuk menurunkan ketegangan isu. Stigma politik yang cenderung identik pada intrik dan

isu-isu negatif membuat masyarakat memilih untuk mencari hiburan di tengah keseriusan yang ada. Meme politik hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Melihat bagaimana isu serius dikemas dalam balutan humor dan dapat ditertawakan membuat meme politik lebih dinotis oleh masyarakat daripada konten politik yang berisi narasi-narasi serius.

“untuk menurunkan ketegangan isu tapi di satu sisi juga sebetulnya meme politik itu kan ada maksud tersiratnya. Tentang suatu isu yang sedang bergulir misalkan tapi dikemasnya tidak dalam narasi yang cukup serius, tapi bercanda mungkin, dari aspek yang nggak serius itu masyarakat lebih banyak menotis daripada narasi-narasi yang serius.”

(Purbo, 15 April 2025).

Sejalan dengan hal tersebut, Purbo juga menyampaikan bahwa meme politik dapat membantu masyarakat dalam memahami suatu isu-isu elitis. Melalui meme, Purbo menilai bahwa meme dapat menjadi stimulus bagi masyarakat untuk mencari tahu lebih dalam konteks yang ada. Purbo juga menyadari bahwa hal ini dapat menjadi suatu hal yang dimanfaatkan, dengan pendekatan yang lebih ringan, meme politik dapat menumbuhkan kesadaran politik dalam masyarakat.

“stimulus lah, untuk masyarakat mengetahui konteks sebenarnya ini apa. Apalagi kan kita, Indonesia kan ekonominya masih pusing kan. Apalagi kalau kita serius mikir politik kan nggak dulu deh. Mending aku mikir bagaimana aku besok bisa makan. Tapi kan sebagai warga negara yang baik kan kita juga nggak boleh apa-apa secara memahami yang paling benar adalah lewat meme. Itu bisa dimanfaatkan, itu bisa menyederhanakan sesuatu.”

(Purbo, 15 April 2025).

Disisi lain, Purbo juga memandang bahwa meme politik tidaklah netral. Seringkali akun-akun meme yang memposting terafiliasi dengan kekuatan politik. Ia menyadari bahwa meme politik cenderung dimanfaatkan sebagai alat propaganda ataupun strategi kampanye politik. Purbo juga memandang bahwa dengan ditunjang melalui media sosial, meme politik berpotensi besar dalam membentuk dan menggiring opini publik. Apalagi ketika berbicara mengenai pemilih muda yang memang dalam kesehariannya terpapar oleh media sosial, meme politik kemudian menjadi salah satu hal yang dinotis dan lebih efektif sebagai suatu strategi kampanye di era digital saat ini.

“betul, strategi kampanye-nya seperti itu. Dan kita tidak bisa mengharapkan daripada ketidaknetralan itu untuk tidak menggiring

opini. Sesuatu yang tidak netral itu pasti ujungnya adalah penggiringan opini.”

(Purbo, 15 April 2025).

Namun demikian, meskipun meme politik dinilai efektif sebagai alat propaganda, Purbo juga menyadari bahwa meme politik juga memiliki sisi negatifnya. Seperti bagaimana meme politik ini biasanya hanya memuat informasi secara sepenggal dan tidak secara keseluruhan. Ia menilai bahwa hal ini dapat menyebabkan *misleading* di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, Purbo menekankan untuk tetap mencari tahu informasi lebih lanjut setelah melihat meme politik.

“pertama, propaganda politik melalui meme itu sangat efektif. Sangat efektif memang. Karena kita hidup sehari-hari kan pasti selalu melihat sosial media, otomatis meme itu juga akan terlihat oleh publik. Itu jauh lebih gampang tersampaikan daripada melalui media-media kampanye lainnya. Itu kelebihan yang pertama. Kemudian untuk kekurangannya, ketika kita terlalu banyak memanfaatkan propaganda politik melalui meme. Artinya kita tidak mengajarkan kecerdasan pada masyarakat. Karena masyarakat hanya diajari membaca suatu informasi tersebut secara sepenggal, dan itu nggak bagus, pasti banyak misleading-nya. Oke itu bagus memang sebagai wawasan sekilas. Tapi kemudian masyarakat, opininya itu tidak bisa memahami politik secara komprehensif, karena kita juga nggak bisa berharap banyak dengan meme politik untuk menjelaskan situasi politik secara detail, kan juga nggak bisa. Bisa kan lewat PPT aja kalau mau memahami politik secara utuh, kelemahannya disitu. Meme itu bagus dan efektif memang, karena meme itu kan tidak dibalut dengan suatu hal yang elitis, itu nggak perlu orang yang berpendidikan tinggi untuk memahami maksud meme itu seperti apa. Tapi kemudian yang menjadi kelemahannya adalah oke, masyarakat cuma tau satu doang, tapi nggak tahu yang sepuluh itu seperti apa. Secara keseluruhannya itu seperti apa. Jadi kita tidak diajarkan untuk membaca informasi secara komprehensi itu titik lemahnya disitu. Jadi tetep ya, meme politik itu hanya cuma pemicunya aja. awalnya aja. Mau nggak mau tetap kita sebagai audiensnya itu tetap mencari informasinya lebih lanjut.”

(Purbo, 15 April 2024).

Selanjutnya, Informan ketiga, Davy justru memandang bahwa meme politik adalah alat untuk menyederhanakan suatu peristiwa. Meskipun tidak memungkiri bahwa meme politik memiliki potensi untuk membentuk dan menggiring opini publik, Davy menganggap bahwa pembuatan meme politik tidak terlepas dari tujuan dan kepentingan pembuat meme politik itu sendiri. Sehingga secara otomatis, dalam kontestasi politik,

pembuat meme akan mengunggulkan paslonnya ataupun tergantung dengan siapa dia terafiliasi.

“kalau menurut aku bisa dua-duanya sih, tergantung siapa yang nangkep gitu loh. Artinya kan dalam kontestasi politik kemarin ada beberapa kubu ya. Otomatis kalau dari kubu A membuat meme otomatis dia ingin meme tersebut menguntungkan buat paslonnya gitu loh. Disitulah penggiringan opini yang aku maksud”
(Davy, 17 April 2025).

Davy juga memandang bahwa peran meme politik dalam menyederhanakan isu sangat reflektif tergantung tingkat intelektual individu. Ia menyebutkan bahwa di satu sisi ia setuju jika meme politik dapat membantu masyarakat memahami isu politik karena sifatnya yang sederhana dan menghibur. Namun ketika disisipkan lelucon satir, Davy memandang bahwa perlu adanya pemahaman lebih mendalam bagi individu untuk dapat memahami sisi satir tersebut.

“sometimes bisa, tapi kembali lagi tergantung ya. Karena meme itu kan rata-rata emag sederhana ya, artinya kayak sebatas jokes gitu ya. Cuman di sisi lain kadang ada meme yang mendukung sarkas gitu loh adi kalau meme yang mengandung sarkas itu biasanya harus dicerna sama orang yang memiliki daya intelek yang lebih tinggi satu langkah dari orang-orang biasa gitu. Artinya kalau meme yang mengandung sarkas tadi dicerna sama orang awam kadang itu justru bisa menjadi hal yang blunder”
(Davy, 17 April 2025)

Disisi lain, Davy menganggap bahwa meme politik merupakan cara kreatif dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat. Ia menyebutkan bahwa ketika berbicara realitas hari ini, Davy memandang generasi muda lebih tertarik ketika pembahasan politik dikemas dalam bentuk meme dalam berbagai bentuk visualnya. Ini juga berdampak terhadap meningkatnya keterlibatan politik masyarakat. Davy menilai, meme dapat mempengaruhi daya kritis masyarakat dengan memicu sebuah diskusi di kolom komentar.

“ya karena keberadaan meme ini terkadang memang bisa gitu loh untuk mempengaruhi daya kritis seseorang, artinya dengan kita melihat meme mungkin kita akan lebih tertarik buat mendiskusikan suatu hal, itu salah satu alasanku sih.”
(Davy, 17 April 2025).

Sedangkan dalam konteks pemilu 2024, Davy menyebutkan bahwa meme politik berperan sebagai alat propaganda dan strategi kampanye politik. Meme politik sebagai alat propaganda, cenderung membuka celah untuk menyerang pihak lawan. Sedangkan sebagai alat kampanye cenderung untuk menjatuhkan pihak lawan. Menurut Davy, efektivitas meme politik sebagai alat kampanye dapat diukur pada siapa target audiensnya. Ia memandang bahwa meme politik cenderung efektif ketika target audiensnya adalah gen z atau pemilih baru. Namun, ketika meme politik dikonsumsi oleh generasi milenial ke atas, Davy merasa bahwa hal meme politik dapat menjadi sesuatu yang sensitif.

“kalau menurut aku ya, lagi-lagi tergantung ke siapa audiensnya gitu. Kalau untuk gen z, menurutku meme politik ini salah satu senjata yang ampuh ya buat menarik perhatian kalangan-kalangan yang ya umurnya masih rata-rata pemilih baru lah. Karena kalau untuk Gen Z itu seperti yang aku bilang tadi, yang kurang tertarik dalam bentuk berita, artikel gitu. Tapi kalau untuk kalangan-kalangan milenial ke atas itu justru meme kadang menjadi hal yang ‘apasih’ gitu loh”
(Davy, 17 April 2025).

Berbicara mengenai kelebihan, Davy mengungkapkan bahwa meme politik dapat menurunkan tensi ketegangan politik karena bersifat humor, menyenangkan, dan terkesan lebih rileks dalam menanggapi suatu isu. Meskipun tidak menutup kemungkinan juga jika dengan formatnya yang sederhana, meme politik dapat menyebabkan 'misleading' karena informasi yang termuat hanya cuplikan-cuplikan saja. Oleh karena itu, Davy juga menekankan untuk mendapatkan informasi politik tidak hanya berhenti pada meme politik, namun mencari informasi lengkapnya lebih lanjut.

“kekurangannya ya mungkin karena meme itu kan nggak bisa mencakup banyak hal ya, artinya mungkin hanya cuplikan-cuplikan tertentu. Makanya kadang terjadi misleading juga disitu. Karena kita hanya bisa melihat dari point of view sedikit gitu loh. Artinya, kalau kita lihat artikel, kita baca berita itu kan full ya, tapi kalau meme itu kan kadang hanya cuplikan jadi kadang kita nggak melihat secara menyeluruh gitu loh.”
(Davy, 17 April 2025).

Informan keempat, Bagas memandang bahwa meme politik adalah bagian dari tren di media sosial yang kemudian dimanfaatkan sebagai alat propaganda untuk mempengaruhi pandangan, persepsi, maupun pilihan politik publik. Bagas juga menyebutkan bahwa meme politik juga berperan sebagai alat kampanye bagi kontestan

politik untuk memperkenalkan diri serta menjadi pemantik bagi masyarakat untuk mengetahui kontestan politik secara lebih mendalam.

“sebenarnya meme politik itu mungkin menjadi bagian dari sebuah tren, yang kemudian digunakan untuk bagaimana mempengaruhi pandangan-pandangan dari pemilih ataupun dari masyarakat di Indonesia selama pemilu. Menurut saya ya untuk kondisi pemilu tahun 2024 yang mana pemilihnya itu lebih banyak orang-orang yang memang mengikuti media sosial aktif di media sosial, meme politik mau tidak mau menjadi sebuah alat propaganda yang bisa sangat mungkin dan chance-nya itu sangat besar. Bisa mempengaruhi baik pandangan, persepsi ataupun bahkan bisa ke pilihan selama pemilu kemarin.”

(Bagas, 24 April 2025)

Bagas menyebutkan bahwa sejatinya, meme politik sendiri sudah ada di pemilihan-pemilihan sebelumnya. Namun, dalam pemilu 2024 kali ini, meme politik seakan mendapat momentumnya. Ia menyebutkan bahwa lebih dari 50% pemilih tetap di pemilu 2024 merupakan individu yang melek atau aktif terhadap media sosial.

“artinya orang-orang pemilih tetap Indonesia tahun ini lebih banyak orang-orang yang memang melek terhadap media sosial. Kalau tidak salah di angka diatas 50% lah intinya, 70 atau 80% itu pemilihnya memang orang-orang yang mengikuti media sosial. Apalagi ditambah dengan hampir 40% itu Generasi Z. artinya, meme politik itu sangat berpengaruh, dimana beberapa kontestan politik, kontestan pemilu tahun kemarin sangat menggunakan meme dalam bagian daripada kampanyenya. Artinya tidak perlu untuk datang ke setiap daerah, memberikan perkenalan siapa dia, saya darimana, bahwa saya pernah berbuat apa, itu digantikan dengan menggunakan meme, menggunakan media sosial untuk memperkenalkan dirinya, yang mana itu menjadi sebuah pemantik. Ketika kita melihat meme politik, sebuah kontestan politik membuat meme, kita akan memiliki ketertarikan untuk mencari tahu siapa sih ini, memang benar nggak sih? Artinya ketika meme tersebut memberikan perkenalan ataupun apa yang pernah dia kerjakan sedikit saja disana, itu sudah menjadi sebuah pemantik untuk orang-orang mau atau ingin mencari tahu lebih dalam.”

(Bagas, 24 April 2025)

Bagas kemudian memandang bahwa meme politik juga berperan dalam meningkatkan keterlibatan politik digital. Menurutnya, dengan format meme yang instan dan memuat pokok-pokok suatu isu, dapat membantu masyarakat mengetahui dan lebih

mudah memahami perkembangan isu. Selanjutnya, akan memicu masyarakat untuk mendiskusikan isu tersebut.

“menurut saya untuk tahun kemarin, 2024 khususnya, ke depan, mungkin bisa sampai 5 tahun ke depan, kita tidak tahu ada perkembangan apa, menurut saya itu sangat besar. Gimana sekarang kita ngajak orang untuk berdiskusi tapi bukan lagi dengan cara memberikan undangan atau melempar isu dan lain-lain. Tapi dengan kita membuat meme politik, itu adalah sebuah undangan untuk orang-orang ini mau mendiskusikan terkait isu-isu apa yang disampaikan, khususnya isu politik. Artinya meme itu sangat mempengaruhi, atau sangat bisa meningkatkan orang-orang atau masyarakat itu untuk mau berdiskusi, memahami isu politik dan lain-lain.”

(Bagas, 24 April 2025)

Disisi lain, Bagas merasa bahwa meme politik ini juga merupakan cara kreatif untuk sebuah alat propaganda di media sosial. Dengan kelebihan yang mudah dipahami, meme politik juga menjadi sebuah alat kritik yang berperan besar di era digital ini karena jangkauannya yang lebih luas. Namun demikian, Bagas memandang bahwa meme politik bisa menjadi berbahaya jika isu yang dimuat merupakan isu-isu framing yang terlalu sarkas dan/atau tidak sesuai fakta yang ada. Sehingga, menurutnya sebaiknya masyarakat tidak menelan mentah-mentah meme politik yang ada, namun juga mencari tahu kebenarannya.

“pasti. Setiap hal itu pasti ada plus minusnya. Meme politik itu memang bagus ya itu tadi, tapi apabila memang disalahgunakan itu bisa sangat berbahaya. Artinya ketika dia mem-framing itu secara sangat-sangat sarkas ataupun tidak sesuai dengan faktanya, itu bisa berbahaya. Tapi kembali lagi, sebenarnya tujuan dari meme politik itu apa sih? Kan untuk memberitahu dan memantik untuk mendalami. Sebenarnya apabila meme politik itu dipandang oleh beberapa yang melihat, yang menggunakan media sosial secara benar, bahwa meme politik itu kita harus lihat sebagai sebuah hiburan tapi ada isinya. Ada pokok-pokok isu yang disampaikan disana, tapi kita juga harus mau mendalami, harus mencari tahu kebenaran apa yang disana. Sehingga itulah yang memantik kita untuk bisa memahami secara sempurna. Artinya kalau misalkan itu digunakan kalau kita konteksnya bahaya secara melihat, hanya sekedar melihat meme politik, itu sangat bahaya. Tapi kalau sesuai dengan kayak saya misalkan, melihat meme politik lucu dan itu ada beberapa pokok-pokok yang disampaikan, kemudian kita cari tahu yang secara detail, itu kan kita tahu, kita memahami secara sempurna. Dan kalau orang-orang itu mau, seperti itu, maka kalau ada sarkas-sarkas yang dilontarkan melalui meme politik, menurut saya bisa ditangkap secara positif apabila dia mendalaminya.”

(Bagas, 24 April 2025)

Informan kelima, Ray memandang bahwa meme politik bisa mempengaruhi opini publik sekaligus sebagai alat propaganda. Ia menyebutkan bahwa sesuatu yang disampaikan secara terus menerus melalui media, pada akhirnya akan menjadi sebuah alat propaganda yang mampu mempengaruhi persepsi audiens.

“kalau bicara pembentukan opini publik pasti ada, bagaimanapun media itu kan memang salah satu alat untuk propaganda, apa yang muncul di media mau nggak mau ketika itu disampaikan secara terus menerus pasti akan menjadi sebuah alat propaganda, mempengaruhi isi pikiran orang yang melihatnya. Kalau pertanyaannya apakah meme politik itu cuman trend atau bisa menjadi propaganda yang mempengaruhi opini, bagiku meme politik itu bisa mempengaruhi dan menjadi propaganda.kalau bicara pembentukan opini publik pasti ada, bagaimanapun media itu kan memang salah satu alat untuk propaganda, apa yang muncul di media mau nggak mau ketika itu disampaikan secara terus menerus pasti akan menjadi sebuah alat propaganda, mempengaruhi isi pikiran orang yang melihatnya. Kalau pertanyaannya apakah meme politik itu cuman trend atau bisa menjadi propaganda yang mempengaruhi opini, bagiku meme politik itu bisa mempengaruhi dan menjadi propaganda.”

(Ray, 28 April 2025).

Namun demikian, Ray menyebutkan bahwa meme politik sebagai alat propaganda adalah pisau bermata dua. Disatu sisi, meme politik bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk mengedukasi dan menaikkan awareness masyarakat terhadap suatu isu atau kebijakan yang bermasalah. Sedangkan disisi lain, bisa jadi meme politik ini juga digunakan oleh pemerintah untuk membodohi ataupun memanipulasi masyarakat terkait kebijakan yang mereka buat. Ray kemudian menyebutkan bahwa penggunaan meme politik dan bagaimana dampaknya tergantung pada tujuan dan kepentingan pembuat meme.

“bicara propaganda, ini kan bicara pisau bermata dua. Apakah berbahaya? Bisa jadi. Apakah bisa digunakan untuk raising awareness tadi? Bisa. misalkan contohnya, ada kebijakan bermasalah, kita bikin meme politik, ada salah satu paslon, salah satu, salah dua, salah tiga bermasalah, kita bikin meme politik supaya temen-temen, orang-orang sadar ini ada yang bermasalah atau bisa digunakan juga oleh rezim. Rezim kemudian menggunakan meme sebagai alat untuk mempropaganda, mengatakan bahwa kebijakannya nggak masalah kok. Kebijakannya ini baik-baik aja kok. Jadi ya meme politik ini, apapun itu, bentuk propaganda bisa jadi pisau bermata dua. Bisa digunakan untuk mengedukasi, bisa digunakan juga untuk membodohi. Tergantung siapa yang menggunakannya.”

(Ray, 28 April 2025).

Ray kemudian melanjutkan bahwa ia menyadari sering kali terjadi diskursus di kolom komentar dalam sebuah postingan meme politik. Secara pribadi, ia menyampaikan bahwa diskursus yang ada di kolom komentar bisa menambah informasi politiknya. Selain itu, meme politik yang diunggah oleh akun-akun BEM maupun akun pergerakan yang memang telah didasari dengan suatu kajian, dapat memberikan insight baru sehingga membantunya dalam menetapkan pilihan politiknya.

“bisa, karena sekali lagi biasanya, apalagi yang diupload akun-akun BEM, akun-akun pergerakan, meme politik ini biasanya didasarkan oleh kajian-kajian dan biasanya slide pertama meme politik, slide kedua dan selanjutnya adalah kajiannya. Meme politik tidak hanya meme politik itu diupload oleh akun-akun BEM, akun-akun pergerakan, dan lain sebagainya. Otomatis ada insight baru, sehingga ada pertimbangan baru yang saya gunakan untuk melakukan pilihan politik.”

(Ray, 28 April 2025).

Ketika berbicara potensi meme politik sebagai alat kampanye, Ray memandang bahwa meme merupakan alat kampanye yang efektif. Ia menyebutkan bahwa salah satu kelebihan meme politik adalah penggunaan bahasanya yang ringan dan mudah dipahami. Hal ini membuat meme pada akhirnya dapat dikonsumsi oleh semua kalangan tanpa memerlukan tingkat intelektualitas tinggi. Namun menurut Ray, meme politik juga berpotensi membuat salah paham karena formatnya yang sederhana sehingga tidak dapat memuat keseluruhan informasi.

“kalau bicara strategi kampanye politik mungkin ada beberapa paslon yang kemudian menggunakan meme, atau menggunakan AI dan teknologi-teknologi atau tren lainnya untuk melakukan kampanye dan sejauh ini bisa dilihat bahwa pemenangnya adalah mereka yang menggunakan AI dan meme. Jadi, bisa nggak digunakan sebagai strategi kampanye politik? Bisa. efektif gak? Ya kalau asumsi pribadi saya karena pemenangnya menggunakan itu, berarti efektif. Pertama, bicara kelebihan, meme politik jelas lebih mudah dipahami oleh siapa pun. Karena biasanya meme cenderung menggunakan bahasa-bahasa biasanya keseharian, bahasa bahasa sederhana. Tidak butuh intelektualitas yang tinggi untuk memahami sebuah meme. Itu bicara kelebihan. Kemudian bicara kekurangan, kadang meme ini tidak bisa merangkum semua konteksnya sehingga informasi hanya sebagian kecuali setelah meme memang ada kajian yang disampaikan di belakangnya. Tapi biasanya kalau meme biasa ya sudah sebatas meme. Disana hanya ada informasi yang sepenggal. Kadang itu membuat salah paham.”

(Ray, 28 April 2025).

B. Persepsi Informan terhadap Meme Politik Debat Capres-Cawapres Pilpres 2024

Untuk menggali persepsi lebih dalam, peneliti menampilkan beberapa meme politik yang sempat viral selama periode kampanye dan debat capres dan cawapres. Informan diminta untuk melihat dan menginterpretasikan makna yang tersirat di dalamnya. Berikut adalah persepsi informan terhadap meme politik yang viral selama periode kampanye dan debat capres dan cawapres:

1. Meme “Let Them Cook”



Gambar 3. 1 Meme “Let Them Cook”

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, setiap informan memiliki persepsi tersendiri dalam memandang meme “Let Them Cook”. Secara garis besar, kelima informan mempersepsikan meme “Let Them Cook” sebagai alat propaganda yang bertujuan menggiring opini publik terhadap performa debat para capres. Tiga dari lima informan menilai meme ini sebagai upaya visual yang secara eksplisit ditujukan untuk menjatuhkan Prabowo. Sementara dua informan lainnya melihat adanya potensi sebaliknya, yaitu munculnya simpati publik terhadap Prabowo akibat framing yang menampilkan dirinya dalam posisi tertekan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa meme ini menyajikan narasi visual yang cenderung mendiskreditkan Prabowo dalam konteks debat capres.

Informan pertama, Rafli melihat meme ini sebagai bentuk sindiran terhadap dinamika politik antar kandidat yang diasumsikan memiliki tujuan tersembunyi

untuk menjatuhkan lawan tertentu. Rafli juga berpendapat bahwa caption yang dibuat seakan memperkuat sentimen yang ingin dibangun dan menggambarkan upaya penggiringan opini publik.

“Persepsi aku tentang hal ini sebenarnya menunjukkan sekali bahwa ada kerjasama antara paslon yang diatas, antara yang rambut putih sama yang pakai peci ini, untuk sama-sama... aku nangkepnya ini sama-sama untuk menjatuhkan mungkin, karena akhirnya yang bawah agak gendut sedikit ini, itu mukanya merengut sekali gitu kan. Jadi ini istilahnya untuk meme ini aku menangkapnya dua orang bekerjasama untuk menjatuhkan paslon lainnya.”

(Rafli, 20 Maret 2025)

Informan kedua, Purbo melihat meme ini sebagai upaya penggiringan opini. Ia menyoroti bagaimana meme ini berusaha menunjukkan superioritas dua paslon dalam perdebatan. Sedangkan disisi lain, meme ini berusaha menampilkan ketidakmampuan Prabowo dalam menghadapi situasi debat melalui ekspresinya yang terlihat ketakutan. Hal ini juga didukung dengan caption yang dituliskan seolah-olah hendak mendiskreditkan satu pihak tertentu, yakni Prabowo.

“yang pertama tuh narasinya jelas ya. Kalau Anes dan Ganjar itu pengen menunjukkan superioritas dalam suatu perdebatan itu. Dia secara spesifik pengen mendiskreditkan Prabowo Subianto yang kesannya tidak mampu menguasai substansi daripada perdebatan itu.”

(Purbo, 15 April 2025).

Informan ketiga, Davy justru melihat meme ini sebagai sesuatu yang netral dan sesuai dengan apa yang terjadi selama perdebatan. Davy cenderung setuju pada meme ini karena ia menilai bahwa selama perdebatan berlangsung, Anies dan Ganjar memang terlihat lebih unggul daripada Prabowo. Menurutnya, terlihat adanya perbedaan kelas diantara ketiga paslon, hal ini terlihat dari cara komunikasi mereka saat perdebatan berlangsung.

“artinya dari sudut pandang akademis dan apapun, jawaban-jawaban dan pertanyaan-pertanyaannya bahkan itu sangat sangat receh menurutku ya, sehingga apa yang dimaksud ‘let him cook’ itu emang Ganjar dan Anis itu memasak Prabowo pada waktu itu. Terlihat perbedaan kelas gitu loh, dari cara komunikasi dan berdebatnya”

(Davy, 17 April 2025).

Informan keempat, Bagas melihat meme ini dengan dua sudut pandang berbeda. Dalam sudut pandang pertama, Bagas memandang bahwa meme ini dapat menjadi pemantik bagi masyarakat untuk bersimpati kepada Prabowo. Bagas menyoroti bagaimana meme tersebut memuat ekspresi Anies dan Ganjar yang terlihat bekerjasama dalam menyerang Prabowo, sedangkan Prabowo sendiri terlihat sedih dengan tidak melakukan pembelaan yang tidak agresif atas serangan yang diberikan. Bagas kemudian memandang bahwa ekspresi sedih Prabowo merupakan strateginya dalam merespon serangan yang diberikan.

“artinya ini memperlihatkan salah satu orang yang menunjukkan kecerdasannya dengan memberikan kritikan yang sangat pedas. Kritikan yang sangat ingin menyerang secara personal, ditambah dengan satu orang lagi. Artinya, anies memperlihatkan senyumnya, seakan-akan saya berhasil menyerang secara personal. Kemudian ekspresi daripada Ganjar yang arogan dan sombong bahwa mengulti, membantu Anies dalam mengulti. Kemudian Prabowo disana tidak melakukan pembelaan yang secara ekspresif ataupun agresif. Artinya tidak, karena kita tahu Prabowo dulu orangnya sangat agresif. Artinya, merespon semua itu dengan marah-marah dan lain-lain. Dan itu disana cukup tidak tahu apakah itu strategi yang sudah disampaikan atau memang pribadinya sendiri memperlihatkan bahwa ya itu yang sudah saya kerjakan kemarin. Artinya suatu saat akan ketahuan apa maksud dari apa yang sudah saya kerjakan kemarin. Dengan ekspresinya yang sedih, kemudian mukanya paling tua, nah itu orang-orang akan melihat kasihan sekali nih. Orang-orang ini kok kayak gini ya, kok kayak gini sama orang tua. Artinya itu sangat berpengaruh untuk orang-orang yang, apalagi gen z. Yang mainnya.. Apalagi gen z kan slogannya ya... broken home. Artinya melihat orang sedih itu terpantik.”

(Bagas, 24 April 2025).

Menurut Bagas, ekspresi sedih Prabowo dapat membuat audiens ikut merasakan kesedihan sehingga terpantik untuk bersimpati dan merasa kasihan. Hal ini kemudian dapat menjadi alasan audiens untuk kemudian memilih Prabowo.

“tidak bisa tidak ikutan sedih, jadi kesan sedih ya, ya saya pilih Pak Prabowo, kasihan. Artinya seperti itu lah, makanya saya bilang ini sangat berpengaruh kemarin.”

(Bagas, 24 April 2025).

Selanjutnya dalam sudut pandang kedua, Bagas melihat meme ini sebagai sebuah alat propaganda untuk menjatuhkan Prabowo. Bagas memandang bahwa caption yang dibuat menunjukkan seakan-akan ada koalisi antara dua paslon untuk

menjatuhkan satu yang dinilai paling kuat sehingga akan membuat kontestasi lebih mudah. Apalagi dengan narasi Prabowo sampai keringat dingin karena dicecar sedemikian kerasnya. Seakan-akan ingin menunjukkan bahwa Prabowo tidak bisa menjawab apapun.

“artinya, dua orang seakan-akan berkoalisi untuk menyandungkan siapa yang paling dianggap paling kuat disana. Artinya, supaya pertarungan mereka itu akan lebih udah nantinya. Dan menunjukkan disana bahwa Prabowo itu tidak bisa apa-apa. Dicecar seperti itu sampai keringat dingin karena tidak bisa menjawab apapun. Ya kan, Pak Prabowo sampai keringat dingin. Saking kerasnya dicecar oleh dua orang itu. Tapi kalau orang yang memandang kayak tadi ya, seakan-akan sedih dan lain-lain, kasian. Orang tua diserang gituin sampai keringat dingin, lap-lap jidat terus. Dicecar terus. Ya ada positif dan negatifnya lah.”

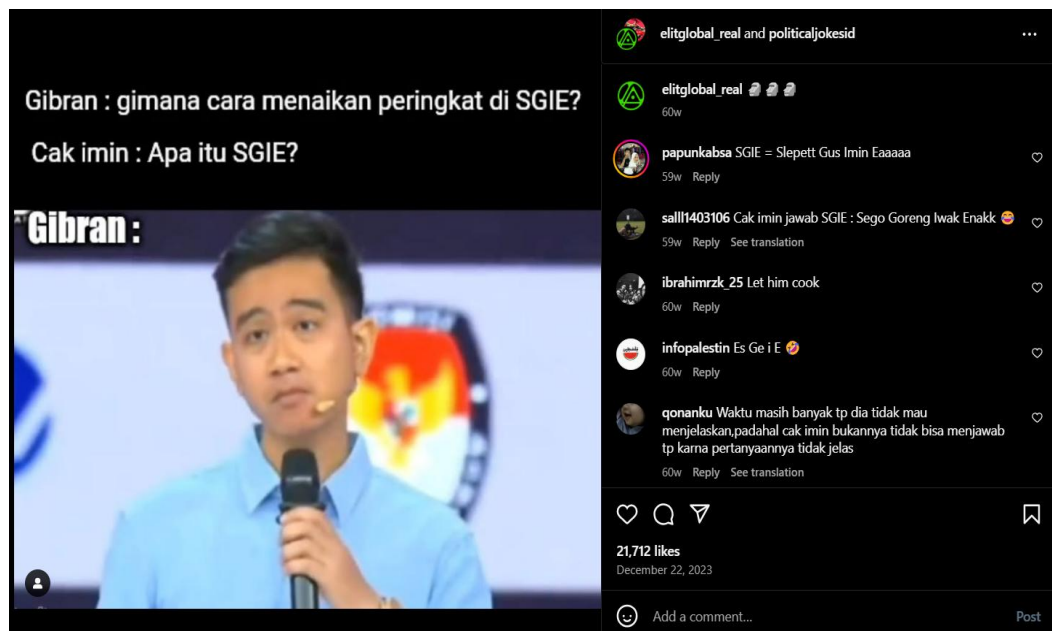
(Bagas, 24 April 2025).

Informan kelima, Ray melihat meme ini sebagai upaya adanya aliansi antara dua calon, yakni Anies dan Ganjar untuk bekerjasama menyerang Prabowo. Namun disisi lain, Ray menyebutkan bahwa terdapat tiga kemungkinan dalam memandang meme ini. Pandangan pertama adalah bagaimana audiens memandang Anies dan Gajar terlihat superior dalam perdebatan. Pandangan kedua adalah bagaimana audiens bisa jadi memandang Prabowo kasihan. Serta terakhir, bisa jadi ada pandangan bahwa Prabowo adalah sosok yang bodoh.

“ya bagiku tidak ada, apalagi ini akunya political meme, tidak mungkin political meme itu tidak ada maksud. Bagiku pasti tetap ada. Ya mungkin untuk orang awam, seperti saya mungkin, ya yang terlihat disini adalah Anies dan Ganjar sedang bekerja sama untuk menghajar Prabowo. Jadi ya mungkin kesannya bisa jadi Prabowo ini kasihan. Bisa jadi mungkin emang Wah gacor nih Anies sama Ganjar, emang Prabowonya nih yang bodoh.”

(Ray, 28 April 2025).

2. Meme “Pertanyaan SGIE”



Gambar 3. 2 Meme “Pertanyaan SGIE”

Berdasarkan hasil wawancara, secara garis besar kelima informan memandang bahwa meme “Pertanyaan SGIE” memiliki muatan propaganda yang kuat dalam membentuk citra kandidat di mata publik. Empat dari lima informan melihat meme ini sebagai alat untuk mengunggulkan citra intelektual Gibran, sekaligus menjatuhkan Cak Imin yang digambarkan tidak mampu menjawab istilah asing yang dilemparkan saat debat. Mereka menilai bahwa meme ini efektif dalam membangun persepsi superioritas Gibran secara visual. Secara keseluruhan, kelima informan mempersepsi meme ini berfungsi untuk menggiring opini publik terhadap citra Gibran yang terkesan lebih unggul dalam performa debat cawapres.

Menurut Rafli, meme ini menciptakan polarisasi di kalangan publik, tergantung pada preferensi politik masing-masing. Bagi pendukung Gibran, momen itu dianggap sebagai bentuk ujian intelektual terhadap Cak Imin, sekaligus menunjukkan kesiapan dan wawasan kandidat mereka. Sebaliknya, bagi pendukung Cak Imin, momen tersebut dianggap sebagai bentuk komunikasi yang tidak etis atau bahkan menjebak, karena menggunakan istilah asing tanpa penjelasan yang memadai.

“ya, kalau ini kan memang aku lihat langsung ya waktu pertanyaan itu ya. Nonton langsung kalau yang terkait SGIE ini, yang dilontarkan sama cawapres nomor dua ini. ya memang pada akhirnya, mungkin

ini juga menjadi hal yang dapat didebatkan di kolom komentar. Disisi lain mungkin, apa ya, orang yang memang pro terhadap gibran gitu, memandang bahwa gibran mengetes pengetahuannya cak imin. Cuman kalau yang pro sama cak imin ya bisa jadi malah menentang gibran, karena kenapa nggak diterjemahkan secara gamblang, secara utuh gitu bahasa yang disampaikan untuk terkait pertanyaannya gitu.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Rafli juga memandang bahwa meme ini viral karena istilah SGIE yang belum populer di kalangan publik, sehingga mendorong banyak orang untuk mencari tahu maknanya. Menurut Rafli, ini adalah contoh bagaimana meme pada akhirnya dapat membuka ruang diskusi dan memicu perdebatan. Ia mengamati bagaimana banyak pengguna media sosial kemudian terdorong untuk mencari tahu tentang istilah tersebut.

“kolom komentarnya sih ini kebanyakan mungkin lebih menanggapi ke SGIE itu sendiri yaa, karena SGIE juga kemarin juga akhirnya dibahas terus-menerus SGIE gitu, karena kan cukup asing di telinga masyarakat. Jadi SGIE sendiri juga dipelesetkan lah dan segala macemnya, jadi akhirnya orang-orang juga membahas SGIE itu sendiri.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Informan kedua, Purbo melihat meme ini sebagai upaya untuk mendiskreditkan Gibran. Ia menilai bahwa meme ini lebih menunjukkan kesalahan-kesalahan Gibran ketika membawa SGIE dalam perdebatan tanpa menjelaskan apa itu SGIE. Purbo kemudian menjelaskan kesalahan Gibran yang dirasa kurang tepat dalam membahasakan SGIE dalam perdebatan itu. Bagaimana Gibran menuding Cak Imin tidak memahami SGIE namun tidak menjelaskan premis-premisnya terlebih dahulu. Hal ini dirasa tidak adil dan justru membuka celah interpretasi SGIE yang cukup lebar.

“...Gimana cara menaikkan peringkat di SGIE. SGIE itu kan sebenarnya singkatan dari bahasa inggris tapi bacanya Gibran juga salah, ngapain SGIE? Seharusnya dia adjust secara inggris juga. Meme ini tuh ingin menunjukkan bahwasanya Gibran kurang tepat lah dalam perdebatan waktu itu. Tiba-tiba menanyakan SGIE misalkan, suatu singkatan yang hanya dikuasai oleh Gibran kan dan bukan menjadi topik utama dalam perdebatan. Apalagi sebenarnya SGIE itu kan singkatan bahasa inggris, tetapi dia mengejawantahkan itu sebagai bahasa indonesia. Itu kan gak tepat juga. Meme ini

mendiskreditkan Gibran juga. Memperlihatkan bahwasanya Gibran kurang tepat dalam membahasakan suatu isu dalam perdebatan itu.”
(Purbo, 15 April 2025).

Informan ketiga, Davy melihat meme ini sebagai representasi apa yang dirasakan Gibran ketika strateginya berhasil dengan menggunakan pertanyaan SGIE dan membuat lawannya tidak dapat menjawab. Davy juga menilai bahwa meme ini lebih condong ke Gibran. Secara pribadi, dalam momen ini Davy merasa setuju dengan meme ini.

“ini juga cukup rame ya waktu itu karena permaina singkatan ini, yang pada akhirnya kan juga dilarang ya sama KPU untuk penyebutan singkatan. Akhirnya KPU setelah kejadian ini, KPU menerbitkan aturan bahwasanya kalau ingin menyebutkan singkatan itu juga harus disebutkan gitu loh apa kepanjangannya. Ya ini disisi lain juga sebagai strategi juga buat Gibran karena ya nggak semua orang tahu gitu loh SGIE itu apa. Akhirnya dia pakai cara seperti itu, yang akhirnya tujuannya tercapai. Cak Imin kebetulan pada saat itu enggak tahu. Ya di momen ini aku sepakat sih sama meme ini”
(Davy, 17 April 2025).

Informan keempat, Bagas melihat meme ini sebagai upaya untuk mengunggulkan Gibran dan menjatuhkan Cak Imin. Bagas berpendapat bahwa pertanyaan mengenai SGIE ini merupakan sebuah strategi tim Gibran untuk menonjolkan Gibran dalam debat. Bagas juga menilai bahwa meme ini berhasil mencapai tujuannya dilihat dari kolom komentar yang cenderung mendukung Gibran dan memberikan impresi bahwa Cak Imin tidak tahu apa-apa.

“gimana ya, kalau ini sebenarnya strategi, bagian dari strategi debatnya, itu bagian dari Gibrannya. Bahwa bagaimana ada hal-hal yang tidak terpikirkan oleh calon yang lain, Cak Imin dan Pak Mahfud bahwa tidak terpikirkan pasti apa itu SGIE. nah itu bagian dari strategi timnya dalam memberitahu, dan itu berhasil di debatnya menunjukkan bahwa Gibran ini lebih menonjol, lebih paham banyak hal, lebih unggul, bahwa dia ini paha lebih banyak. Contohnya ya melalui SGIE, mungkin kalau secara pribadi Gibran mungkin tidak tahu sampai diberitahu oleh belakangnya dan disana di debatnya berhasil menjatuhkan Cak Imin, pun di memenya ini un berhasil. Artinya meme ini digunakan untuk menonjolkan Gibran, bahwa dengan Cak Imin menanyakan apa itu SGIE seakan memperlihatkan bahwa Cak Imin itu goblok, Cak Imin itu tidak tahu apa-apa.”
(Bagas, 24 April 2025).

Informan kelima, Ray melihat meme ini sebagai upaya untuk menaikkan Gibran. Menurut Ray, meme ini seolah ingin menggambarkan Gibran sebagai sosok yang cerdas, sedangkan Cak Imin adalah sosok yang bodoh. Hal ini ia lihat dari bagaimana pembuat meme memilih ekspresi Gibran yang seolah malas untuk menanggapi kebodohan Cak Imin.

“bagiku ini meme yang seakan-akan menunjukkan bahwa ini Gibran ini pintar banget dan Cak Imin itu bodoh. Dengan ekspresi Gibran yang seakan-akan ‘ih tolol banget’. Padahal harusnya hal-hal kayak gini secara substansial gak masuk menurutku. Tapi kalau dari meme ini terlihat seperti ingin menaikkan Gibran.”

(Ray, 28 April 2025).

3. Meme “Elektabilitas yang terus naik”



Gambar 3. 3 Meme “Elektabilitas yang terus naik”

Berdasarkan hasil wawancara, secara keseluruhan, meme ini dipersepsi sebagai narasi visual yang digunakan untuk membentuk citra naiknya elektabilitas Prabowo-Gibran melalui pendekatan yang ringan, namun strategis dan terstruktur dalam konteks kampanye digital. Empat dari lima informan menilai bahwa meme ini mencerminkan atau memperkuat realitas elektabilitas paslon 02 yang memang sedang meningkat, baik melalui gaya komunikasi yang nyeleneh, penggunaan gestur

visual yang provokatif, maupun penyampaian pesan yang mempengaruhi psikologi publik. Para informan melihat meme sebagai bentuk afirmasi dan alat kampanye yang efektif, terutama di kalangan Gen Z. Sementara itu, satu informan menyoroti indikasi keberpihakan akun pembuat meme yang terafiliasi secara politik, sehingga dinilai sengaja mengarahkan opini publik untuk memperkuat dominasi paslon tertentu.

Informan pertama, Rafli menginterpretasikan bahwa meme ini cenderung lebih kepada menyindir paslon lain secara halus. Selain itu, meme ini menarasikan bahwa gaya Gibran yang nyeleneh, percaya diri, dan terkesan sombong dipersepsikan sebagai daya tarik paslon nomor dua sehingga berdampak pada elektabilitas paslon nomor dua.

“yang ketiga ini lebih menyindir paslon lainnya ya.. Karena yang pertama, memang foto yang dibawah itu kan kemarin agak viral banget ketika cawapres paslon nomer dua itu memberikan ekspresi yang memang cukup agak sangat amat menyindir gitu kan ke paslon yang lainnya. Maka ya itu akhirnya kan foto ini pun dipakai sampai akhir gitu kan, untuk akhirnya... menarasikan bahwa entah pedenya, entah nyelenehnya, entah anak mudanya, dan segala macemnya, apalagi ditambah lagi dengan surveynya yang terus menaik gitu kan, akhirnya orang-orang semakin mengaitkan keduanya terus meneruus gitu kan, yaa nggak papa sombong artinya gitu kan”

(Rafli, 20 Maret 2025)

Namun disisi lain, Rafli juga memberikan kritik terhadap gestur Gibran yang ditampilkan dalam forum debat. Menurutnya, sebagai calon wakil presiden, Gibran semestinnnya menampilkan gestur yang lebih etis dan mencerminkan wibawa seorang pemimpin. Ia menyayangkan bahwa ekspresi yang viral itu terjadi dalam konteks formal dan ditonton masyarakat luas.

“ya sebenarnya ketika itu ada di debat capres dan cawapres, menurut aku sih seharusnya tidak dilakukan segitunya ya. Karena memang pada dasarnya itu kan forum yang memang orang-orang akan melihat calon pemimpin indonesia ini setelahnya akan seperti apa gitu masing-masing figurnya gitu kan. Tapi ketika misalkan ditampilkannya si cawapres ini dengan gestur yang seperti itu, akhirnya kan.. Ya ini calon pemimpin kedua tertinggi nantinya gitu kan. Dengan gestur yang seperti itu, seharusnya tidak layak dan tidak seharusnya ditampilkan di forum debat cawapres waktu itu.”

(Rafli, 20 Maret 2025)

Rafli juga melihat bahwa meme ini bisa mengandung muatan keberpihakan, namun tidak secara eksplisit. Ia menyebutkan kemungkinan bahwa tujuan meme ini lebih kepada mengejar viralitas dan engagement konten.

“ya kalau kebeneran mungkin... mau dibilang bisa ada bisa enggak. Karena menurut aku akun itu selain ada akun yang memang secara gamblang berpihak, ada yang secara implisit dia berpihak, ada yang memang akhirnya hanya memanfaatkan apa yang viral menjadi istilahnya sebagai pemicu untuk akhirnya banyak followers, banyak like, engagementnya semakin naik dan segala macam. Jadi menurut aku ada tiga kemungkinan itu sih. Ya mungkin kalau hal ini bisa jadi ada keberpihakan yang ya... mungkin sedikit lah, gak terlalu.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Informan kedua, Purbo memandang bahwa meme ini merupakan suatu upaya untuk memanipulasi publik melalui narasi survey yang tidak representatif. Purbo menyebutkan bahwa hasil survey yang dinarasikan diragukan kebenarannya karena metode pengambilan sampel yang tidak mencakup seluruh populasi secara adil. Purbo juga mengamati penggunaan jaket naruto yang dipakai oleh Gibran hanyalah strategi kampanye untuk mencitrakan Gibran sebagai sosok yang dekat dengan Gen Z.

“71,6% Gen Z pilih Prabowo-Gibran menurut survei indikator... alah kita gak percaya survei lah hari ini. Bohong. Bohong. Aku sebagai Gen Z, kita sebagai Gen Z, pernah ga merasa disurvei? Aku tahu jalanya survei seperti apa. Bayangin satu kecamatan cuma diambil 10 orang. Padahal ada berapa ribu orang yang ada di dalam satu kecamatan itu? Yang diambil cuma 10. Kalau 0-100 itu cuma 0,% yang diambil sampelnya, itu gak besar”

(Purbo, 15 April 2025).

Purbo juga menilai bahwa meme ini memuat propaganda yang cukup kuat. Ia memandang bahwa meme ini sengaja menggunakan narasi survei untuk menggiring opini publik mengikuti pilihan terbanyak. Purbo memandang bahwa meme ini berusaha memanfaatkan efek FOMO (*fear of missing out*) untuk menciptakan kesan bahwa Prabowo-Gibran adalah yang paling banyak dipilih. Padahal belum tentu faktanya di lapangan seperti itu.

“ada pasti. Satu, ini kan jaket Gibran yang Naruto kan. Ini kan representasi yang seharusnya daripada Gen Z, terus akhirnya dibuat caption kan, 71,6% Gen Z pilih Prabowo-Gibran. Sebetulnya gak. Sebetulnya gak mewakili juga. Kita-kita yang sebagai Gen Z pun

tidak merasa diwakili Gibran. Survei itu terkadang tidak menjabarkan suatu elektabilitas secara real memang. Tapi survei itu dibuat seolah-olah Prabowo Gibran lah yang dominan. Kemudian masyarakat berpikir, sekarang siapa surveinya yang paling oke? Taruhlah Prabowo-Gibran. artinya itu bisa menggiring opini masyarakat untuk memilih yang paling banyak dipilihkan. Karena apa? Kebenaran kolektif itu jauh lebih berharga daripada kebenaran individu. Kalau kolektif udah mengatakan kita pilih Prabowo-Gibran aja, otomatis mayoritas juga akan pilih Prabowo-Gibran.”

(Purbo, 15 April 2025).

Informan ketiga, Davy melihat meme ini bertujuan sebagai humor saja. Davy juga memandang bahwa meme ini bisa juga dilihat sebagai refleksi dari realitas elektabilitas paslon Prabowo-Gibran. Menurutnya, elektabilitas paslon ini memang terus naik. Davy kemudian menyoroti bagaimana meme ini menggabungkan dua elemen, potongan berita tentang kenaikan elektabilitas Prabowo-Gibran dan ekspresi Gibran yang tengil pada saat momen debat. Menurutnya, gestur dan ekspresi yang Gibran gunakan untuk menanggapi prof Mahfud dianggap tidak etis. Namun demikian, Davy merasa bahwa gestur tengil Gibran justru menjadi viral meskipun secara substansi dinilai tidak pantas.

“menurutku ini kayak humor lah ya. Karena pada dasarnya memang elektabilitas dari paslon yang satu ini memang terus naik ya, walaupun enggak kita prediksi bakal sampai 58% dan satu putaran. Tapi memang apa yang diberitakan itu bisa jadi memang benar, kemudian ditambah dengan gambar Gibran di bawah yang pada saat itu meng-capture moment yang cukup panas juga ketika menanggapi jawaban dari Profesor Mahfud MD. karena pada saat itu kan di debat, kalau enggak salah ini kedua ya, itu Gibran sangat-sangat... orang-orang itu kan memandang sebelah mata ya Gibran. Gibran melawan Mahfud MD, anak biasa melawan professor gitu kan. Cukup ramai waktu itu, cuman pada saat moment ini Gibran benar-benar menunjukkan ketengilannya. Tengil banget sih jujur, berhasil memancing emosi lawan-lawan politiknya sih.”

(Davy, 17 April 2025).

Informan keempat, Bagas memandang bahwa meme ini merupakan refleksi realitas dari elektabilitas Prabowo-Gibran yang terus naik. Bagas meyakini meme ini merupakan serangan balasan dari kubu Prabowo-Gibran, yang menurutnya, sebagai upaya untuk menyindir paslon lain yang kerap mengungkit menang satu putaran dan aktif dalam menunjukkan keunggulannya guna menaikkan elektabilitasnya.

“ini adalah balasan yang telak daripada pasangan Prabowo-Gibran terhadap dua pasangan calon yang lain. Dimana ada paslon yang ingin menang satu putaran, kemudian Prabowo-Gibran tidak pernah membicarakan satu putaran. Kemudian dua pasangan calon sangat aktif dalam menaikkan elektabilitasnya dengan menunjukkan keunggulan-keunggulannya kemudian diulti dengan memenya Gibran yang pada saat debat sedang mengamati elektabilitas yang terus naik. Menurut saya ini adalah serangan dari kubunya Prabowo-Gibran.”

(Bagas, 24 April 2025).

Disisi lain, Bagas menanggapi ekspresi kontroversial Gibran berbeda dari informan yang lain. Bagas secara pribadi mengaku setuju dengan ekspresi tersebut karena menurutnya, ekspresi tersebut merupakan bagian dari strategi politik. Ia berpendapat bahwa ekspresi mengejek Gibran bertujuan untuk menunjukkan keunggulannya dan menjatuhkan elektabilitas Prof Mahfud dengan menunjukkan ketidaktahuan Prof Mahfud.

“secara politik ya setuju, politik itu jarang memperhatikan etika. Politik kan hanya ada lawan sebetulnya”

(Bagas, 24 April 2025).

Namun demikian, dari segi etika, Bagas berpendapat bahwa gestur tersebut dinilai tidak etis dan tidak seharusnya dilakukan. Mengingat bahwa Prof Mahfud merupakan sosok yang lebih tua dan lebih senior daripada Gibran.

“kalau untuk ekspresi Gibran ini yang ketika debat itu memang sangat mengejek di forum formal. Apalagi itu debat cawapres, banyak yang menganggap, pendukung Gibran pun banyak yang berpendapat bahwa itu tidak beretika. Artinya, itu mengejek Prof Mahfud yang lebih senior, lebih tua, dan lain-lain. Cuma kembali lagi itu bagian dari strategi politik dia. Bagaimana untuk memperlihatkan keunggulannya dia dan menjatuhkan elektabilitas dari lawannya. Artinya mau menunjukkan ketidaktahuan atau ketidakpahaman dari Prof Mahfud pada saat itu. Jadi kalau secara tujuannya itu strategi politiknya baik, cuman kalau secara etika memang tidak.”

(Bagas, 24 April 2025).

Informan kelima, Ray melihat meme ini sebagai strategi kampanye yang memang diminta oleh kubu terkait untuk menaikkan elektabilitas Prabowo-Gibran. Ray mengamati bagaimana akun ini mengunggah konten yang sering kali cenderung menaikkan salah satu paslon. Ia kemudian memandang bahwa akun ini memang akun yang telah terafiliasi.

“ya mungkin kurang lebih akun yang dipesan untuk menaikkan elektabilitas melalui meme.”

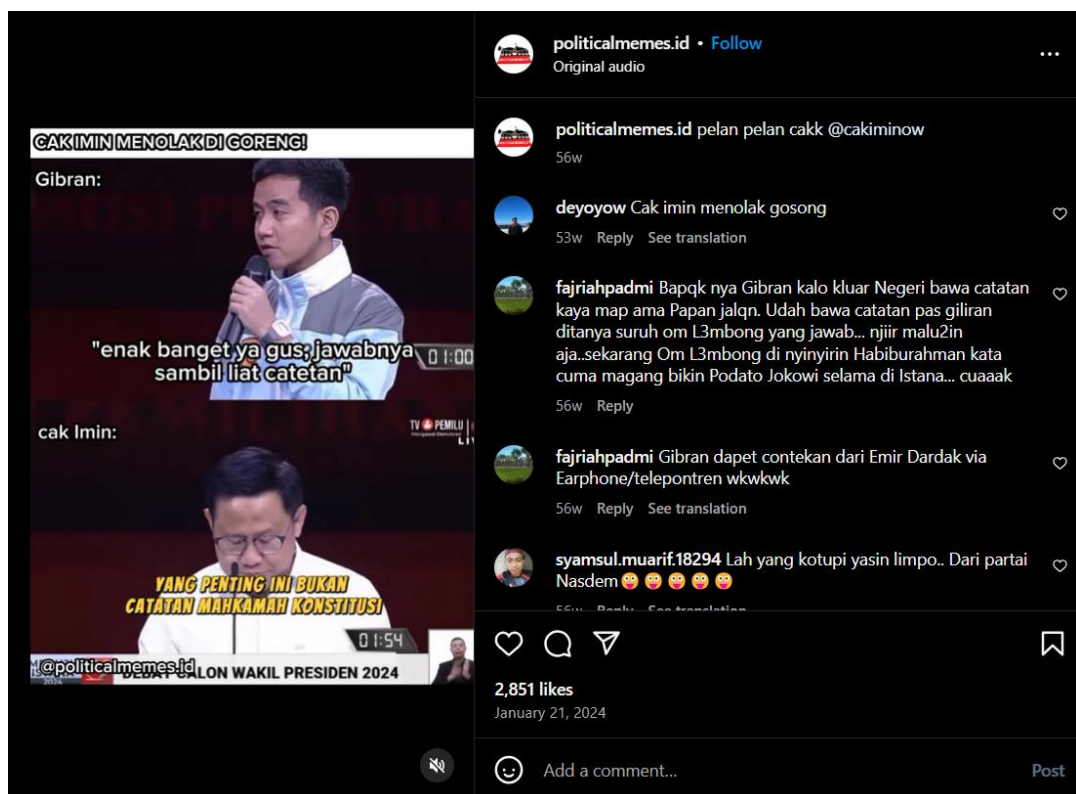
(Ray, 28 April 2025).

Disisi lain, Ray mengecam ekspresi dan tindakan Gibran. Ia menganggap bahwa tidak sepatutnya Gibran melakukan hal tersebut, mengingat bagaimana Gibran menempuh cara-cara yang kontroversial dan membuat kisruh negara untuk sampai di titik ini.

“untuk orang yang sekelas pria dewasa yang bekerja aja harus dibantu orang tuanya, mengacak-acak konstitusi, membuat negara kisruh, sangat tidak pantas lah dia berekspresi dan melakukan tindakan yang demikian.”

(Ray, 28 April 2025).

4. Meme “saling sindir”



Gambar 3. 4 Meme “Saling sindir”

Berdasarkan hasil wawancara, secara keseluruhan meme ini dipersepsi sebagai bentuk kritik satir terhadap Gibran, terutama terkait isu Putusan Mahkamah

Konstitusi, dengan pendekatan visual yang ringan namun tetap menyimpan pesan politis yang tersirat. Kelima informan memandang bahwa meme “saling sindir” memiliki karakter yang lebih netral dibandingkan meme-meme politik sebelumnya. Meme ini dinilai menampilkan kelemahan dua kandidat sekaligus, yakni Gibran dan Cak Imin, sehingga tidak menampilkan keberpihakan secara eksplisit. Kelima informan berbagi persepsi bahwa meme ini memberikan ruang bagi publik untuk menilai dinamika antar kandidat secara lebih objektif, tanpa paksaan narasi tunggal. Meskipun demikian, beberapa informan menyadari potensi propaganda halus dalam meme ini, khususnya terhadap isu sensitif seperti Putusan Mahkamah Konstitusi.

Menurut Informan pertama, Rafli memandang bahwa meme ini lebih netral dibanding meme lainnya karena tidak berpihak secara jelas pada satu paslon. Justru, meme ini dianggap menyoroti kelemahan dari kedua pihak sekaligus. Ia menyebut bahwa konten seperti ini dapat memberikan ruang pada publik untuk melihat sisi lain dari masing-masing kandidat tanpa digiring ke dalam narasi tunggal yang berat sebelah.

“yang selanjutnya ini tentang... oh sindiran lagi sebenarnya. Ya ini sebenarnya sama-sama... ini netral nih kalau ini sebenarnya postingan ini. Karena sama-sama akhirnya menampilkan kelemahan masing-masing gitu. Sisi lain, gibran dalam hal ini dinarasikan menampilkan kelemahannya cak imin yang membawa catetan. Namun disisi lain, cak imin juga dinarasikan membacakan, memutarakan kelemahannya gibran yaitu ada catetan mahkamah konstitusi. Gitu sih.. Jadi ya kalau ini postingannya cukup amat netral di tengah.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Namun disisi lain, Rafli juga melihat adanya muatan propaganda politik halus dalam meme tersebut. Ia menilai bahwa merekonstruksi momen saling sindir antara Gibran dan Cak Imin dalam bentuk meme dapat memberikan efek framing tertentu terhadap publik. Apalagi dengan menyebutkan kembali isu Mahkamah Konstitusi, meme tersebut dapat memperkuat kembali narasi yang sudah lebih dulu viral dan sensitif di mata publik. Sehingga, menurut Rafli, pembuat konten mungkin tidak sepenuhnya berpihak, namun tetap menggunakan momen tersebut untuk menyentil kembali rekam jejak kontroversial kandidat secara halus dengan mengemasnya dalam bentuk visual yang mudah dicerna dan berpotensi viral.

“mungkin ada sedikit muatan propaganda politik gitu ya. Apalagi tentang mahkamah konstitusi kan termasuk agak lumayan sensitif waktu itu ya. Jadi menurut aku ya mungkin disisi lain, akun ini akan memberikan kesadaran ke masyarakat, ini oh ada calon yang memang ada catatan dari mahkamah konstitusi gitu terkait kemarin umur kepala daerah yang telah dipilih gitu kan sebelumnya”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Informan kedua, Purbo secara pribadi menilai bahwa ini adalah meme yang bagus. Ia menyampaikan bahwa meme ini terkesan netral karena menampilkan kesalahan kedua belah pihak. Purbo menyoroti bagaimana Gibran mengkritik Cak Imin sebagai sosok yang tidak menguasai debat dengan melihat catatan. Sedangkan, Cak Imin membalikkan keadaan dengan menyentil kembali isu Mahkamah Konstitusi.

“ini juga bagus nih. ‘Enak banget ya gus, jawabnya sambil lihat catatan’. Apa salahnya? Cak Imin juga bilang yang penting ini bukan catatan mahkamah konstitusi. Yaitu juga sama aja nyemes Gibran juga.”

(Purbo, 24 April 2025).

Disisi lain, Purbo juga menafsirkan meme ini bermaksud untuk menggiring opini publik secara halus. Meme ini berusaha membuat audiens memilih ketika dihadapkan dengan dua moralitas buruk. Secara pribadi, Purbo sendiri memilih untuk yang paling minim keburukannya.

“kalau penafsiranku ya, oke Gibran coba menyoroti bahwasanya seseorang yang melihat catatan dalam perdebatan itu kan artinya dia kurang menguasai suatu materi kan. Itu kesalahan pertama. Tapi ada kesalahan yang lebih besar adalah catatan buruk di Mahkamah Konstitusi. Kita dihadapkan pada dua moralitas yang buruk ini. Kita akan pilih siapa nih? Yang moralitasnya paling buruk kan? Atau yang paling minim keburukan itu? Kalau aku sih lebih pilih yang ennting bukan catatan Mahkamah Konstitusi kalau aku”

(Purbo, 24 April 2025).

Namun demikian, Purbo menyebutkan bahwa penafsiran pesan yang terkandung dalam sebuah meme akan berbeda setiap individu. Tergantung pada siapa yang menafsirkan.

“tergantung siapa yang menafsirkan itu. Kalau membawa catatan dalam perdebatan pilpres nggak ada kok aturan KPU yang melarang.”

(Purbo, 24 April 2025).

Informan ketiga, Davy mengaku kagum dengan jawaban Cak Imin ini ketika debat. Ia memandang bahwa jawaban yang dilontarkan adalah langkah cerdas untuk membungkam Gibran. Yakni dengan membawa kembali isu Mahkamah Konstitusi yang memang kontroversial di mata publik.

“ini, aku lihat sih cukup kagum sama Cak Imin, artinya dia bisa menanggapi dengan cerdas, artinya membalas dengan hal yang cukup skakmat ya di hadapan publik, dimana saat itu sedang rame-ramenya isu Gibran dan MK. menurutku ini salah satu cara yang cerdas dari Cak Imin. walaupun pada akhirnya Cak Imin bergabung juga ke kabinet yang sekarang, cuman pada momen ini aku cukup kagum sih sama jawabannya, dan ketawa juga.”

(Davy, 17 April 2025).

Davy memandang bahwa meme ini adalah meme yang menghibur. Disisi lain, meme ini juga diselipi muatan satir. Ia menilai bahwa apabila dicermati lebih dalam, meme ini bisa jadi memuat agenda propaganda dari Cak Imin.

“mungkin ini sarkas ya, artinya disisi lain ini sebagai hal yang menghibur, ketika kita melihat. Cuman kalau kita telaah lebih lanjut lagi, ini juga merupakan sebuah sindiran yang mana bisa menjadi alat propaganda juga dari Cak Imin”

(Davy, 17 April 2025).

Davy juga merasa bahwa meme ini terlihat lebih kepada menyindir Gibran dengan isu putusan Mahkamah Konstitusi. Apalagi ditambah dengan caption dan kolom komentar yang cenderung lebih banyak yang mendukung Cak Imin.

“kalau aku sebagai audiens melihat ini sih juga merupakan sindiran sih kalau dari aku. Ini juga merupakan sarkas yang mana putusan MK itu kan memang sudah diketok dan itu jelas gamblang ya, namun gak ada tindak lanjut. Artinya tetap bisa aja tuh Gibran langgeng jadi cawapres. Menurutku ini sebagai salah satu bentuk sindiran juga buat Gibran”

(Davy, 17 April 2025).

Informan keempat, Bagas menilai bahwa meme ini bermaksud untuk menjatuhkan kedua belah pihak, yakni Gibran dan Cak Imin. Ia menjelaskan bahwa meme ini mirip dengan kasus SGIE, dimana Gibran berusaha mengungguli Cak Imin, tetapi kali ini Cak Imin mampu memberikan counter yang efektif. Bagas melihat meme ini sebagai upaya kedua kubu untuk saling melemahkan, sekaligus

menguntungkan pihak ketiga, dalam hal ini Ganjar-Mahfud, yang tidak perlu turun langsung dalam pertarungan tersebut.

“kalau ini sama seperti SGIE sebenarnya. Artinya, Gibran meng-ulti Cak Imin, cuman memang disana Cak Imin bisa meng-counternya saja. Kalau di SGIE kan Cak min tidak bisa meng-counter. Tapi kalau disini Cak Imin pada saat itu bisa meng-counter. Yang mana memenya pun saling adu disini. Lebih ke menurut saya untuk menjatuhkan dua-duanya ini. Menggunakan orang lain. Artinya, kubu Ganjar atau Mahfud tidak perlu untuk capek-capek untuk memperlihatkan ketidakunggulan dari dua orang ini. Disana kan Gibran menyerang Cak Imin, mengatakan bahwa Cak Imin ngapain nih liat catetan dan lain-lain. Sangat tidak siap. Cak Imin kemudian mengejek Gibran bahwa yang penting bukan catatan Mahkamah Konstitusi, karena kita tahu bahwa pencalonannya Gibran itu kontroversial. Menggunakan keputusan Mahkamah Konstitusi. Artinya yang diunggulkan disini, yang Ganjar-Mahfud.”

(Bagas, 24 April 2025).

Informan kelima, Ray melihat meme ini sebagai upaya untuk menaikkan kesadaran masyarakat tentang Gibran dan catatan kontroversialnya di Mahkamah Konstitusi. Ray juga mengamati akun yang mengunggah meme ini. Ray kemudian menyimpulkan bahwa akun ini adalah akun yang cenderung menjadi oposisi kritis karena konten-konten yang diunggah cenderung mengkritisi isu-isu yang kontroversial.

“nah ini, lagi-lagi akunya political meme. Seperti yang pertama tadi, biasanya akun political meme dia cenderung menjadi oposisi yang kritis. Dia cenderung berada di sisi kebenaran subjektif. Kebenaran subjektif menurut saya. Kalau meme ini bagi saya menunjukkan ya untuk rising awareness bahwa si Gibran itu punya catatan buruk di Mahkamah Konstitusi.”

(Ray, 28 April 2025).

5. Meme “Yang Bener Aja, Rugi Dong”



Gambar 3. 5 Meme “Yang Bener Aja, Rugi Dong”

Berdasarkan hasil wawancara, secara keseluruhan, meme ini dipersepsi sebagai bentuk humor politik yang lebih ringan dan berfungsi sebagai selingan di tengah derasnya konten kampanye yang sarat narasi dan simbol. Kelima informan memandang bahwa meme “Yang Bener Aja, Rugi Dong” lebih bersifat humor daripada konten politik yang serius. Para informan sepakat bahwa tidak terdapat muatan politis secara eksplisit untuk menggiring opini publik dalam meme ini. Meskipun tidak menutup kemungkinan meme semacam ini tetap dapat memberi kesan tertentu terhadap figur politik yang bersangkutan, dimana dalam hal ini adalah Mahfud MD.

Menurut Rafli, meme ini lebih bersifat komedi visual yang menjadi viral karena ekspresi Mahfud MD yang dianggap lucu dan bersifat humor. Ia menyebutkan bahwa tidak ada muatan pesan politik atau upaya menggiring opini publik di dalam meme tersebut. Secara keseluruhan, Rafli menilai bahwa meme ini hanya bersifat sebagai konten humor ringan, yang berfungsi untuk menghibur di tengah maraknya perbincangan politik.

“kalo ini sebenarnya gak terlalu bersifat politis banget ya, Mungkin cuma kefigurannya aja lah. Ya sebenarnya dia gak akan menyampaikan apa-apa. Cuma yaudah menampilkan itu aja seperti

itu sih. Mungkin juga bisa memantik juga waktu pembicaraannya. Cuma waktu itu kayaknya aku agak lupa yaa tentang apa. Jadi, mungkin menurut aku ini cuma mau membahasakan ekspresinya aja, bukan untuk menggiring opini politik dan segala macemnya.”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Berbeda dengan Rafli, Purbo justru melihat meme ini sebagai strategi kampanye politik yang menguntungkan satu pihak, dimana dalam hal ini adalah Prof. Mahfud.

“oh iya ini jelas menguntungkan salah satu pihak”

(Purbo, 15 April 2025).

Purbo memandang bahwa konten Prof. Mahfud mengucapkan kalimat ‘Yang Bener aja, Rugi Dong’ merupakan upaya untuk mendapatkan eksposur di kalangan Gen Z. Ia kemudian menjelaskan bahwa sejatinya tidak mungkin seseorang yang berintelektual tinggi mengucapkan hal receh seperti itu. Ia yakin bahwa ini adalah bagian dari strategi komunikasi politik.

“karena Pak Mahfud bilang ‘yang bener aja rugi dong’ waktu itu, ini kan terus dinaikkan kan waktu itu, coba-coba dinaikkan. Agar Pak Mahfud itu mendapatkan eksposur lebih daripada perdebatan kali itu. Karena aku melihat ini justru yaudah cuma untuk mendekati Gen Z lagi. Karena waktu itu ‘yang bener aja, rugi dong’ itu kan cuma emang lagi viral gitu. Ya itu kan bahasa Gen Z yang diucapkan oleh profesor yang udah kawakan seperti itu. Kan mestinya sebagai seorang intelektualis tidak memilih diksi-diksi yang cheesy seperti itu.”

(Purbo, 15 April 2025).

Informan ketiga, Davy memandang meme ini sebagai strategi Prof. Mahfud untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan Gen Z sekaligus alat propaganda yang efektif. Ia menilai ekspresi Mahfud MD tersebut sengaja dikemas untuk menciptakan kesan dekat pada kalangan pemilih muda.

“tadi yang sebelumnya kan, Gibran menganggap itu salah satu pendekatan dari Gen Z ya makanya dia nyari-nyari gitu kan. Selanjutnya, Prof Mahfud juga melakukan hal yang sama. Mungkin dari tim Prof. Mahfud itu juga pengen juga dengan cara yang sama itu, dengan pendekatan dari generasi terkini. Akhirnya dia ngomong kayak gitu kan waktu itu.”

(Davy, 17 April 2025).

Namun demikian, Davy melihat adanya kontradiksi dalam meme ini. Disatu sisi, Davy memandang meme ini sebagai hiburan dengan penggunaan bahasanya yang santai dan terkesan dekat dengan generasi muda. Namun, disisi lain, Davy menyadari adanya muatan politis untuk membentuk citra Mahfud MD sebagai figur yang mampu beradaptasi dengan gaya komunikasi modern tanpa melanggar batas etika.

“menurutku kalau yang ini selain hiburan juga menjadi sebuah alat propaganda juga bagi prof mahfud untuk menunjukkan bahwasanya ada kok cara berkomunikasi yang benar gitu loh, dan tanpa harus melanggar etika gitu”

(Davy, 17 April 2025).

Berbeda dengan Informan yang lain, Bagas justru melihat meme ini sebagai bentuk penghinaan terhadap Prof. Mahfud. Ia menjelaskan bahwa Prof. Mahfud adalah figur besar yang merupakan satu-satunya profesor dalam kontestasi pemilu 2024. Namun demikian, meme ini justru tidak mencerminkan Prof. Mahfud selayaknya seorang profesor dan akademisi yang berpengetahuan luas. Bagas menyebutkan bahwa sebagai seorang profesor, Mahfud MD dapat memberikan dalil ataupun dalih, melainkan hal-hal receh yang dimuat dalam meme.

“kalau secara meme, ini ngejek sih sebenarnya. Ngejek Prof Mahfud. Karena seorang profesor seorang tokoh besar lah. Prof Mahfud itu seorang tokoh besar. Dibikinkan meme seperti itu. Tidak akademis sekali. Tapi kalau secara politik kan memang menyerang, tapi kalau dilihat secara ini Prof Mahfud kan satu-satunya profesor, kemudian akademis, itar, pemahamannya luas. Harapan orang kan bisa Prof Mahfud ini menjelaskan secara dalih, dalil dan dalih, menggunakan pengetahuan yang luas. Tapi lagi-lagi itu strateginya politik untuk menjatuhkan orang.”

(Bagas, 24 April 2025).

Informan kelima, Ray memandang bahwa meme ini hanya sebagai humor belaka. Menurutnya tidak ada muatan politis yang berpotensi sebagai upaya propaganda. Sehingga, konten meme ini memang hanya ditujukan untuk menghibur dan ditertawakan saja.

“kalau yang ini aku bener-bener lupa konteksnya apa ‘yang bener aja rugi dong’, aku bener-bener lupa. Jadi mungkin kalau secara meme mungkin ini cuma untuk lucu-lucuan aja, karena no konteks tiba-tiba ‘yang bener aja rugi dong’”

(Ray, 28 April 2025).

6. Meme “Ekspresimu Ketika Ketahuan Pake Catatan”



Gambar 3. 6 Meme “Ekspresimu Ketika Ketahuan Pake Catatan”

Berdasarkan hasil wawancara, secara garis besar, meme ini dipersepsi sebagai strategi komunikasi politik yang bertujuan menjatuhkan Cak Imin sekaligus memperkuat citra Gibran sebagai kandidat yang lebih siap dan unggul dalam forum debat. Kelima informan sepakat bahwa meme “ekspresimu ketika ketahuan pakai catatan” menyimpan kritik implisit terhadap ketidaksiapan Cak Imin dalam menghadapi dinamika debat. Meskipun secara permukaan meme ini dipandang sebagai konten humor visual yang bersifat menghibur, para informan memaknainya sebagai bentuk kritik satir yang ringan namun tetap bernuansa politis.

Informan pertama, Rafli menyebutkan bahwa pada dasarnya meme ini hanya bersifat hiburan. Meme ini memanfaatkan ekspresi publik figur dalam momen politik untuk kemudian digunakan ulang oleh warganet untuk respons situasional dalam kehidupan sehari-hari, tanpa konteks politik yang kuat.

“nah ini juga sama sih sama meme yang kelima tadi. Ini mungkin meme untuk cuman meng-capture suatu ekspresi tertentu dalam debat capres atau cawapres, dan itu akhirnya dibuat hiburan aja gitu buat orang-orang, yaudah kayak gitu ekspresinya bisa dipakai buat ketika apa aja, kayak orang-orang biasanya ekspresi kayak gini ketika apa aja sih gitu dan segala macemnya”

(Rafli, 20 Maret 2025).

Meskipun demikian, Rafli juga memandang bahwa meme ini menyimpan pesan kritik implisit, terutama dalam konteks debat cawapres yang menjadi ajang unjuk kualitas personal, Cak Imin justru terlihat terlalu mengandalkan catatan. Sehingga mencerminkan kurangnya penguasaan materi atau ketidaksiapan kandidat dalam menjawab secara langsung.

“sebenarnya ada, karena disini juga mengenai catetan yang memang kemarin dibahas waktu debat cawapres, cak imin memang selalu melihat catetan gitu kan, jadi memang yaa itu akhirnya dinarasikan seperti itu gitu kan, makanya ekspresinya ketika ketahuan pake catetan dan segala macem.”

(Rafli, 20 Maret 2025)

Informan kedua, Purbo memandang bahwa meme ini sebagai strategi komunikasi politik. Ia menekankan bahwa meme akan selalu punya maksud dan tujuan tertentu. Tergantung pada bagaimana audiens memaknainya. Dalam meme ini, Purbo menilai bahwa yang menggunakan meme ini cenderung merupakan pendukung daripada Prabowo-Gibran. Purbo kemudian menjelaskan, konteks dari meme ini adalah menunjukkan kesalahan Cak Imin. Kesalahan ini lah yang memang dicari dan dinarasikan terus menerus.

“Itu juga strategi komunikasi politik aja. Artinya apa? Meme itu selalu punya maksud dibaliknya entah kita sadar atau nggak itu tergantung interpretasi kita juga. Cak Imin kan udah kegep pake catetan, mukanya nyengir aja. ini bisa diinterpretasikan orang yang pake meme ini pasti pro Prabowo-Gibran, karena senang kan melihat musuhnya itu melakukan suatu kesalahan dan blunder”

(Purbo, 15 April 2025).

Informan ketiga, Davy memandang bahwa meme ini lebih tertuju pada potongan momen debat yang terkesan menjatuhkan Cak Imin. Menurut Davy, meme ini bersifat humor dan sebagai hiburan saja, karena konteks catatan yang disebutkan dalam meme sejatinya tidak ada larangannya.

“ini hampir mirip yang tadi ya, cuman ini lebih ke menunjukkan ekspresi yang menjatuhkan Cak Iminnya ya. Cuman kalau aku sih menganggap ini sebuah hiburan semata. Karena pada dasarnya memang dari konteks yang dibicarakan di meme ini, terkait catatan itu memang pada dasarnya enggak dilarang juga ya membawa catatan. Hanya ini menurutku cuma sebatas hiburan.”

(Davy, 17 April 2025).

Namun demikian, Davy juga merasa ada sedikit muatan politis dalam meme ini. Ia menyoroti bagaimana meme ini hanya menampilkan momen ketika Cak Imin ketahuan menggunakan catatan. Padahal dalam perdebatan, Cak Imin mampu membalikkan keadaan. Ia kemudian menilai bahwa ada maksud tertentu dalam meme ini yang lebih cenderung menguntungkan Gibran.

“ya kembali lagi karena kalau kita lihat di potongan ini mungkin kurang lengkap ya, karena yang me-mention dia bawa catatan itu kan Gibran ya. Artinya ya menurutku masih dalam rangka Gibran. Kalau orang yang udah pernah, yang lihat debatnya pada saat itu secara full ya, tau lah kalau yang terpojok awalnya itu Cak Imin, sebelum dia meng-counter dengan catatan mahkamah konstitusi itu.”

(Davy, 17 April 2025).

Informan keempat, Bagas memandang meme ini sebagai sesuatu yang netral dan menghibur. Menurutnya, tidak ada muatan politis ataupun propaganda tertentu dalam meme ini, melainkan hanya menangkap ekspresi momen debat kemarin ketika Cak Imin ketahuan melihat catatan. Bagas kemudian menjelaskan bahwa suasana momen ini mirip seperti ketika momen ketahuan mencontek saat ujian. Momen ini kemudian dikemas dengan ringan dan jenaka sehingga dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat.

“kalau ini sudah jelas, dari tulisannya aja, ketahuan pakai catatan. Seakan-akan ada larangan untuk mencontek disana, kayak orang ujian kan, kalo ketahuan conek, ceringas-cingis aja.”

(Bagas, 24 April 2025)

Bagas menekankan bahwa konteks dalam meme ini tidak salah karena tidak adanya larangan untuk melihat catatan selama perdebatan. Hanya saja Bagas menyoroti bagaimana citra Cak Imin terkesan belum siap untuk menghadapi perdebatan karena membutuhkan bantuan catatan.

“netral karena tidak salah yang dilakukan, bukan sebuah larangan melihat catatan. Cuma kan orang-orang aja melihat bagaimana melihat dalam proses berdebat itu. Apakah lebih bagus tidak menggunakan catatan atau lebih bagus menggunakan catatan. Tapi karena ini ekspresi ketika ketahuan pakai catatan, ya sebagai hiburan aja.”

(Bagas, 24 April 2025)

Informan kelima, Ray melihat meme ini sebagai sesuatu yang lucu dan menghibur. Namun demikian, Ray menyebutkan bahwa meme ini tidak netral dan punya tujuan tersendiri. Ia memandang bahwa meme ini lebih condong sebagai alat propaganda untuk menjatuhkan Cak Imin.

“kalau yang ini selain.. Ya memang lucu sih, tapi bagiku ini jelas kelihatan dia sedang berusaha menjatuhkan Cak Imin.”
(Ray, 28 April 2025).

7. Meme “Padahal lawan terberat saya, ya saya sendiri”



Gambar 3. 7 Meme “Padahal lawan terberat saya, ya saya sendiri”

Berdasarkan hasil wawancara, Secara garis besar, meme ini dipersepsi sebagai bentuk kritik ironi dalam komunikasi politik yang secara halus berpotensi menjatuhkan citra Cak Imin melalui penyampaian yang ringan dan humoris. Kelima informan memandang meme ini merupakan sindiran satir terhadap pernyataan percaya diri yang disampaikan oleh Cak Imin. Mereka menyadari bahwa pernyataan positif tersebut berbanding terbalik dengan performa nyata yang ditampilkan dalam debat.

Informan pertama, Rafli memandang bahwa meme ini sekilas tampak positif sebagai bentuk dukungan terhadap Cak Imin karena memuat statement percaya diri

yang diucapkan oleh Cak Imin. Namun, di sisi lain, Rafli juga memandang bahwa meme ini menyimpan sindiran yang cukup halus. Menurutnya, walaupun sekilas terdengar positif, publik justru akan mempertanyakan kebenaran dibalik pernyataan itu di kolom komentar dan bisa menjadi alat untuk menjatuhkan, terutama jika respons publik cenderung negatif terhadap klaim percaya diri Cak Imin.

“mungkin ini walaupun terkesan statementnya positif gitu ya, untuk cak imin sendiri sebenarnya. Tapi yaa ini mungkin juga menjadi sindiran gitu kan, ‘emang iya” gitu, orang-orang mempertanyakan “emang iya?” “emang semuanya enteng?” gitu kan. Apakah ini cuman akhirnya menjadi lelucon bagi cak imin untuk memberikan argumentasi seperti itu atau seperti apa ya, pada dasarnya ini justru.. Walaupun kesannya positif sebenarnya tapi ini akhirnya secara implisit terkesan bahwa “ini loh, goreng dulu dong.” “Emang iya kayak gini” gitu kan dan segala macemnya. Akhirnya bisa jadi malah menjatuhkan di kolom komentar nantinya karena terlalu kepedean gitu kan kesannya yang dibuat”

(Rafli, 20 Maret 2025)

Meskipun demikian, Rafli juga mengakui bahwa dalam dunia politik percaya diri adalah modal yang sah dan penting, bahkan jika seseorang tidak sepenuhnya memiliki kapasitas yang kuat. Menurutnya, menyampaikan klaim tinggi bukanlah hal yang salah.

“sebenarnya cukup agak kepedean. Cuman ya namanya orang gitu kan harus pede dulu lah, ya walaupun kita tahu bahwa kita gak pinter-pinter banget dan segala macemnya. Ya yang bisa diandelin ya pedenya dulu lah. Jadi gak ada masalah sebenarnya ketika orang atau salah satu paslon atau segala macemnya mau bilang bahwa saya adalah yang terbaik atau segala macemnya. Pun, bahkannnya kemarin ada yang ngomong bahwa setelah pemilu dilakukan, ketika quick count jumlahnya sekian, masih ada pun yang bilang bahwa jumlahnya salah. Jadi sah sah saja sih. Walaupun memang udah ada datanya tapi berstatement itu kan satu hal yang bebas untuk disampaikan.”

(Rafli, 20 Maret 2025)

Informan kedua, Purbo melihat meme ini sebagai sindiran dan kritikan tajam untuk Cak Imin. Purbo memandang bahwa meme ini mencerminkan sosok Cak Imin dengan realitasnya, yakni sebagai sosok yang tidak konsisten dan sangat dinamis dalam karir politiknya.

“ya ini kan sebetulnya meme ini cukup membuktikan bahwasanya Cak Imin sendiri itu kan tidak cukup konsisten orangnya di dalam politik kan. Cak Imin itu sangat dinamis.”

(Purbo, 15 April 2025)

Purbo kemudian menyoroti bagaimana Cak Imin kerap menyerang Prabowo-Gibran ketika kontestasi berlangsung. Namun, setelah terpilihnya Prabowo-Gibran, Cak Imin justru bergabung dengan pemerintahan mereka. Melihat realitas ini, Purbo kemudian setuju dengan meme ini. Ia menyebutkan bahwa memang benar bahwa musuh terbesar Cak Imin adalah dirinya sendiri, karena Cak Imin adalah sosok yang kontradiktif. Purbo kemudian menyimpulkan bahwa selain sebagai kritik, meme ini juga bertujuan untuk menggiring opini masyarakat untuk tidak memilih pemimpin yang tidak konsisten dan sering kontradiktif.

“Cak Imin sangat dinamis. Kita bisa lihat bahwasannya dulu dia menyerang Prabowo-Gibran ya kan. Ketika Prabowo-Gibran yang terpilih dia langsung gabung ke pemerintahan. Sebetulnya yang menjadi lawan daripada Cak Imin terberatnya adalah dirinya sendiri. Memang udah bener nih, Cak Imin bilang enteng semua musuhnya. Soalnya dia sana sini, cari yang menguntungkan dirinya sendiri. Ini kan coba membuat narasi bahwasanya Cak Imin itu orangnya kontradiktif kan. Jangan pilih orang yang tidak konsisten. Jangan pilih orang yang kontradiktif. Itu maksudnya.”

(Purbo, 15 April 2025)

Informan ketiga, Davy melihat meme ini sebagai cara kreatif menggunakan pendekatan gen z. Davy menjelaskan bagaimana penggunaan kalimat ‘padahal lawan terberat saya adalah saya sendiri’ adalah kata-kata yang sering diucapkan oleh gen z dan bagian dari trend tiktok. Namun, dalam realitas debat, Davy memandang bahwa Cak Imin seringkali blunder. Hal ini dinilai tidak sejalan dengan pernyataan yang Cak Imin berikan sebelum debat.

“karena lagi-lagi aku lihat debat pada saat itu, emang sering kali Cak Imin itu pada saat debat blunder. Artinya ketika dia blunder, kemudian pada saat itu Anies yang nyapu. Memang dia sangat-sangat percaya diri sebelum debat, tidak ada lawan yang berat namun ketika debat, dia blunder dan akhirnya yang nyapu juga capresnya. Ini sih kreatif ya menurutku. Karena lagi-lagi pendekatan gen z juga. ‘Padahal lawan terberat saya adalah saya sendiri’ itu kan kata-kata yang sering diucapkan gen z saat ini di trend-trend Tiktok lah.”

(Davy, 17 April 2025)

Davy kemudian memandang bahwa meme ini mengkritik dan mempertanyakan kebenaran pernyataan Cak Imin sebelum debat. Meme ini seakan hendak menampar Cak Imin yang telah sesumbar terlebih dahulu sebelum debat berlangsung, namun ada kenyataannya tidak seperti apa yang dia sombongkan.

“kalau aku sendiri sih lebih ke tamparan buat yang ngomong atau Cak Imin sendiri, karena pada dasarnya kita yang awal sesumbar, dan pada kenyataannya ya nggak seperti apa yang dia omongkan di awal, jadi itu pembuat meme ingin mengingatkan ke Cak Imin, mana nih yang kemarin koar-koar, aku nangkepnya gitu sih.”

(Davy, 17 April 2025)

Informan keempat, Bagas melihat meme ini sebagai hiburan belaka dan tidak mengandung kritik politik yang serius. Menurutnya, dalam meme ini, Cak Imin seakan sedang berkomed. Ia menyoroti bagaimana Cak Imin pada awalnya mengatakan tidak ada lawan terberat, enteng semua. Namun dalam narasi berikutnya, Cak Imin mengatakan bahwa lawan terberatnya adalah dirinya sendiri. Bagas kemudian memandang ini sebagai sesuatu yang lucu dan komedi.

“maksudnya tidak dalam masalah-masalah yang terlalu serius. Kaya ini ya gocekan aja sebenarnya. Meme-meme yang membuat lucu, seakan-akan membuat orang bingung, kayak berkomed. Artinya, menunjukkan Cak Imin ini ya berkomed. Cak Imin bilang, tidak ada lawan terberat. Enteng semua. Sementara itu tiba-tiba lawan terberat saya adalah saya sendiri. Nah itu kan lucu, dan kelucuan yang disampaikan Cak Imin ya dibuat juga dalam bentuk memenya, meme kayak gini.”

(Bagas, 24 April 2025)

Namun demikian, Bagas menilai bahwa dalam perdebatan yang lalu, apa yang diucapkan Cak Imin tidak terlihat kebenarannya. Ia memandang bahwa Cak Imin tidak mampu bersaing dalam proses debat. Sedangkan disisi lain, Bagas juga berasumsi bahwa pernyataan yang Cak Imin lontarkan adalah upaya untuk menyembunyikan ketidakmampuannya karena tidak mungkin menyebutkan secara gamblang siapa musuh terberatnya.

“menurut saya ya nggak valid omongannya Cak Imin. ketika sebut ada lawan berat ya artinya enteng semua. Sebenarnya menurut saya itu bagian dari untuk menyembunyikan bahwa dia itu tidak bisa. Artinya nggak mungkin juga seorang calon wakil presiden mengaku bahwa lawan terberat saya ‘ini’ kan nggak mungkin. Untuk menutupi

aja itu. Menutupi gara-gara ada pertanyaan. Tapi kalau faktanya ya Cak Imin yang paling bawah menurut saya kemarin. Untuk cawapres ya, Cak Imin itu yang paling bawah. Tidak bisa bersaing dalam proses debat.”

(Bagas, 24 April 2025)

Informan kelima, Ray melihat meme ini dengan dua perspektif yang berbeda. Perspektif yang pertama, Ray mengartikan meme ini sebagai upaya untuk mendiskreditkan Cak Imin karena sering blunder ketika debat, sehingga menggambarkan Cak Imin sebagai sosok yang bodoh. Kemudian dari perspektif yang kedua, meme ini hanya sebagai hiburan yang menggambarkan bahwa Cak Imin adalah sosok yang lugu, jujur, dan humoris karena pernyataannya yang tidak sesuai dengan realitanya.

“karena disini bisa dua penangkapan, bahwa Cak Imin ini adalah orang yang bodoh karena suka blunder. Ini kan konteksnya Cak Imin suka blunder karena dia ngomong padahal lawan terberat saya ya saya sendiri itu perspektifnya bisa adalah Cak Imin ini bodoh, suka blunder. Perspektif yang kedua adalah, dia orang yang lugu, jujur, dan humoris. Jadi arahnya kemana, saya juga bingung.”

(Ray, 28 April 2025).

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Faktor Internal dan Eksternal dalam Mempengaruhi Persepsi

Persepsi audiens terhadap meme politik yang beredar setelah debat capres-cawapres 2024 merupakan sebuah proses kompleks yang dapat dianalisis melalui teori persepsi interpersonal. Teori ini menekankan bahwa pemaknaan seseorang terhadap suatu stimulus, dalam hal ini meme politik, tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik stimulus itu sendiri, tetapi juga oleh faktor-faktor internal yang melekat pada individu. Dengan demikian, proses persepsi berlangsung secara dinamis melalui tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi. Memberikan gambaran utuh tentang bagaimana audiens menerima, memproses, dan menafsirkan pesan-pesan politik yang dikemas dalam bentuk meme.

Perbedaan persepsi yang ditemukan di antara para informan menunjukkan interaksi kuat antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal pengalaman politik, preferensi terhadap kandidat, serta kepribadian dan motivasi individu, berperan sebagai "filter" kognitif yang memengaruhi cara audiens mengolah informasi. Seluruh informan dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial sekaligus individu yang mengikuti diskusi politik, sehingga mereka tidak sekadar memandang meme sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat strategi politik. Meski sama-sama aktif, variasi persepsi tetap muncul karena adanya perbedaan preferensi politik.

Misalnya pada meme "*Elektabilitas yang terus naik*", Seorang informan yang pro-paslon tertentu mungkin menafsirkan narasi ini sebagai simbol optimisme dan keyakinan terhadap penguatan dukungan publik, melihatnya sebagai pesan dukungan yang positif. Sebaliknya, informan dengan preferensi politik yang berbeda memaknai frasa tersebut sebagai sindiran terhadap klaim yang dianggap terlalu optimistis dan tidak realistis. Perbedaan persepsi ini menunjukkan bahwa persepsi politik sangat subjektif, dimana preferensi pribadi membentuk realitas yang berbeda bagi setiap individu, meskipun mereka terpapar stimulus yang sama.

Selain faktor internal, faktor eksternal yang melekat pada konstruksi meme juga sangat memengaruhi proses persepsi. Visual, ekspresi kandidat, simbol budaya populer, hingga teks naratif berfungsi sebagai stimulus yang secara langsung memengaruhi cara audiens menafsirkan makna. Seperti pada meme "*Ekspresimu*

ketika ketahuan pakai catatan” yang memperlihatkan bagaimana ekspresi visual yang jelas dapat langsung memunculkan asosiasi tertentu, dalam hal ini terkait kejujuran dan kredibilitas kandidat. Pesan visual itu kemudian diperkuat oleh teks yang memberi konteks tambahan sehingga interpretasi audiens semakin mengerucut pada isu integritas. Demikian pula pada meme *“Pertanyaan SGIE”*, teks menjadi kunci utama yang mengarahkan perhatian audiens pada isu ketidakmampuan kandidat menjawab pertanyaan. Tanpa teks, ekspresi yang ditampilkan mungkin hanya terbaca sebagai kebingungan, tetapi dengan teks, interpretasi menjadi lebih terarah.

Proses persepsi audiens terhadap meme juga dapat dipahami melalui tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi. Pada tahap sensasi, audiens menangkap stimulus awal berupa visual atau teks dalam meme. Misalnya pada meme *“Let Them Cook”*, informan pertama kali menangkap ekspresi ketiga kandidat yang ditampilkan dalam cuplikan debat. Ekspresi ini menjadi stimulus awal yang langsung memunculkan respons emosional audiens. Pada tahap atensi, fokus mereka kemudian bergeser pada frasa populer *“Let Them Cook”* dan *“yang di-cook”* yang digunakan dalam meme. Frasa ini, yang diambil dari budaya populer global, digunakan secara ironis membentuk suatu relasi kuasa, baik sebagai bentuk dukungan maupun sindiran. Sehingga pada tahap interpretasi, persepsi audiens terbagi menjadi dua, sebagian menilainya sebagai upaya untuk mendiskreditkan Prabowo karena dianggap adanya kerjasama antara Ganjar dan Anies. Sementara sebagian lain justru melihatnya sebagai upaya membangkitkan simpati, yakni perasaan kasihan sehingga tergugah untuk mendukung Prabowo.

Perbedaan interpretasi juga tampak pada meme *“Padahal lawan terberat saya, ya saya sendiri”*. Sebagian informan menilai pernyataan itu sebagai refleksi diri kandidat, sementara yang lain menanggapinya sebagai retorika kosong yang tidak relevan dengan jalannya debat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun stimulus yang diterima sama, pengalaman politik dan preferensi individu berperan penting dalam menentukan makna akhir yang dibentuk. Dengan kata lain, interaksi antara faktor internal dan eksternal menjadi kunci dalam memahami variasi persepsi.

Meme politik juga berfungsi sebagai media kritik terhadap kualitas debat dan performa kandidat. Pada meme *“Saling sindir”*, informan sepakat bahwa konten tersebut merefleksikan realitas debat yang cenderung dipenuhi serangan personal

dibanding substansi. Namun, persepsi yang muncul berbeda, ada yang memaknainya sebagai cerminan dinamika kontestasi diantara dua cawapres. Ada pula yang melihatnya sebagai hiburan khas media sosial. Hal serupa terlihat pada meme “*Yang bener aja, rugi dong*”. Bagi sebagian informan, narasi yang disajikan menunjukkan adanya strategi untuk mendekati diri pada Gen Z melalui simbol-simbol populer, sementara yang lain menekankan sisi humorisnya yang mampu mengurangi ketegangan politik.

Temuan ini sejalan dengan teori persepsi interpersonal yang menyatakan bahwa objek persepsi manusia bersifat dinamis dan selalu kontekstual. Walaupun meme berbentuk teks dan gambar, objek yang dipersepsikan tetaplah figur politik yang menjadi tokoh dalam meme tersebut. Artinya, persepsi terhadap meme tidak bisa dilepaskan dari cara audiens menilai kompetensi, karakter, dan citra kandidat yang ditampilkan. Meme politik, dalam hal ini, menjadi medium yang memungkinkan audiens melakukan evaluasi terhadap kandidat secara tidak langsung, melalui simbol-simbol yang dikemas dalam bentuk humor dan sindiran. Dengan demikian, karakteristik visual dan naratif meme menjadi penentu apakah audiens menangkapnya sebagai kritik, dukungan, hiburan, atau upaya menjatuhkan. Meme tidak sekadar hiburan, tetapi juga medium komunikasi yang membentuk cara individu memandang dinamika politik digital.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa meme politik dalam konteks debat capres-cawapres Pilpres 2024 dipersepsikan audiens sebagai bentuk sindiran halus terhadap performa kandidat. Menunjukkan adanya inkompetensi para kandidat dalam debat capres-cawapres pilpres 2024. Dimana dalam tujuh meme yang dijadikan sampel penelitian, sosok Gibran dan Cak Imin menjadi sorotan dalam meme politik debat capres-cawapres 2024, yang sering kali diposisikan sebagai subjek dan objek dalam sebuah wacana relasi kuasa yang ada dalam meme.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi audiens terhadap meme politik yang beredar pasca debat capres-cawapres 2024, khususnya di platform media sosial Instagram. Hasil analisis memperlihatkan bahwa proses pembentukan makna terhadap meme politik berlangsung melalui tiga tahapan utama,

yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi dan dipengaruhi oleh kondisi psikologis individu dengan konstruksi pesan visual dan naratif.

Pada tahap sensasi, audiens menerima rangsangan awal melalui elemen visual yang mencolok dalam meme, seperti ekspresi wajah tokoh politik, posisi tubuh, komposisi visual, serta penggunaan simbol budaya populer. Elemen-elemen ini menimbulkan kesan pertama yang kuat dan memicu reaksi emosional awal, bahkan sebelum isi naratif dalam meme dipahami secara rasional. Stimulus visual ini menjadi pintu masuk bagi audiens untuk terlibat lebih lanjut dalam proses penafsiran pesan politik yang terkandung dalam meme.

Tahap berikutnya, yaitu atensi, menunjukkan bagaimana perhatian audiens mulai terfokus pada bagian-bagian tertentu dalam meme yang dianggap bermakna atau relevan secara politik. Audiens mulai mencermati ekspresi tokoh, gestur tubuh, serta narasi dalam meme yang menyentuh isu sensitif, menyiratkan ironi, atau menyampaikan sindiran. Proses ini membuat audiens mulai menilai gaya komunikasi para kandidat dalam debat: siapa yang menyindir, siapa yang defensif, dan siapa yang kehilangan kendali panggung. Atensi ini menunjukkan keterlibatan aktif audiens dalam menyerap konteks politik melalui cara-cara yang bersifat simbolik dan emosional.

Pada tahap interpretasi, audiens mulai membentuk pemaknaan pribadi terhadap isi meme berdasarkan preferensi politik dan pengalaman individu. Pada tahap ini, muncul kecenderungan kuat bahwa debat tidak lagi dimaknai sebagai arena pertarungan gagasan, melainkan sebagai panggung pertunjukan personal. Gaya berbicara, gestur tubuh, dan ekspresi menjadi lebih menonjol dibanding argumen rasional yang disampaikan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ketujuh meme politik yang dianalisis diinterpretasikan audiens sebagai bentuk sindiran yang cenderung meremehkan inkompetensi para capres dan cawapres dalam debat capres-cawapres 2024.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Prabawangi dan Fatanti (2022) berjudul "*Meme Politik dalam Ruang Wacana Komunikasi Politik di Indonesia*" yang menyebutkan bahwa meme politik adalah bagian dari komunikasi politik yang mampu meningkatkan literasi politik dan partisipasi publik. Humor yang terkandung dalam meme juga menjadi sarana untuk mereduksi amarah publik terhadap situasi politik yang tegang. Temuan dalam penelitian ini menguatkan hal tersebut. Meme politik dianggap dapat menjadi medium penyampaian informasi yang lebih mudah

dicerna sehingga mendorong partisipasi politik digital melalui kolom komentar maupun interaksi lainnya di media sosial. Namun, perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada objek dan fokus pembahasannya. Penelitian Prabawangi dan Fatanti menelaah meme politik secara umum pada periode 2014–2019, sementara penelitian ini menitikberatkan pada meme politik yang beredar pasca debat capres-cawapres Pilpres 2024 dengan pendekatan persepsi audiens. Fokus penelitian ini adalah bagaimana audiens membentuk makna terhadap meme politik melalui tahapan persepsi: sensasi, atensi, dan interpretasi.

Penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian Puteri dan Mahadian (2019) yang berjudul “*Isu Sosial dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019*”. Dalam penelitian tersebut, meme digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pendapat dan kritik terhadap isu-isu sosial-politik yang sedang berkembang, terutama menjelang momen pemilu. Meme dianggap efektif dalam menyederhanakan isu kompleks ke dalam bentuk visual yang ringan dan mudah disebarluaskan, baik yang bersifat humor maupun sindiran serius. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa meme berfungsi sebagai medium komunikasi politik alternatif yang mampu menjangkau publik secara luas melalui pendekatan visual dan simbolik. Namun, perbedaannya terletak pada fokus analisis. Puteri dan Mahadian menitikberatkan pada konten meme yang diproduksi oleh kreator dalam konteks Pilpres 2019, sedangkan penelitian ini justru menelusuri bagaimana konten tersebut diterima dan dimaknai oleh audiens, khususnya dalam menilai performa politik kandidat pasca debat capres-cawapres 2024.

Penelitian ini juga beririsan dengan penelitian Srikandi dan Reynaldi (2019) yang berjudul “*Budaya Populer dan Komunikasi Politik: Penggunaan Meme dalam Komunikasi Politik*”. Penelitian tersebut menempatkan meme sebagai bagian dari budaya populer yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik secara simbolik dan visual, terutama dalam konteks kampanye politik. Meme dilihat sebagai representasi politik yang dibungkus dalam bentuk humor visual yang lebih mudah diterima publik, khususnya oleh kalangan muda. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pernyataan bahwa meme merupakan instrumen komunikasi politik yang mampu menyederhanakan isu politik ke dalam bentuk yang menarik dan dapat dikonsumsi secara luas oleh masyarakat digital. Namun, perbedaannya terletak pada fokus dan kerangka pendekatan. Srikandi dan Reynaldi lebih menekankan pada

meme sebagai simbol budaya populer dan strategi kampanye politik, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti respon audiens terhadap meme politik pasca debat, dengan melihat bagaimana mereka menafsirkan isi meme melalui tahapan persepsi.

Penelitian ini juga berkaitan dengan penelitian Baharudin dan Fajarini (2024) yang berjudul "*Sarkasme Politik dalam Meme Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial X*". Dalam penelitian tersebut, meme dianalisis sebagai bentuk ekspresi sarkasme publik terhadap figur politik, yang diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama: kepahitan, celaan pahit, dan sakit hati. Meme digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan ketidakpuasan dan kritik terhadap elite politik secara simbolik dan emosional melalui media sosial. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pemahaman bahwa meme berperan sebagai bentuk kritik politik yang kuat dan responsif terhadap dinamika politik. Namun, perbedaan mendasarnya terletak pada objek kajian dan sudut pandang analisis. Baharudin dan Fajarini berfokus pada karakteristik sarkasme dalam meme yang ditujukan kepada satu tokoh politik, yakni Gibran, dan menganalisis kontennya dari sisi produksi kreator. Sementara itu, penelitian ini mengarahkan perhatian pada bagaimana audiens memaknai meme debat capres-cawapres pilpres 2024 tanpa ada spesifikasi tertuju kepada satu tokoh. Meskipun dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosok Gibran masih menjadi sorotan dalam tujuh meme debat capres-cawapres pilpres 2024 yang menjadi sampel penelitian ini.

Penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Surya Dewi (2019) berjudul "*Analisis Framing Ideologi Kreator Meme Politik di Instagram*". Dalam penelitiannya, Dewi menekankan bahwa konstruksi makna dalam meme sangat erat hubungannya dengan motif sosial dan ideologi pembuat meme. Kreator membentuk pesan dengan tujuan tertentu: mempromosikan kandidat, meng-counter isu negatif, atau sekadar memproduksi humor politik. Meme tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang strategis dalam kontestasi politik digital. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pengakuan bahwa meme mengandung makna politik yang tidak netral dan dapat memengaruhi cara publik melihat figur atau isu politik tertentu. Namun, perbedaannya terletak pada titik fokus kajian. Dewi menempatkan kreator sebagai subjek utama dengan menelusuri ideologi di balik produksi meme, sedangkan penelitian ini justru mengalihkan fokus ke sisi penerima, yaitu audiens sebagai pihak

yang membentuk makna berdasarkan pengalaman menonton debat dan paparan simbol visual dalam meme.

Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan berbagai penelitian terdahulu yang membahas meme dalam konteks politik. Jika sebagian besar studi sebelumnya lebih menekankan pada analisis produksi konten meme dari sisi kreator, baik sebagai strategi kampanye, bentuk budaya populer, maupun alat kritik politik. Penelitian ini justru menghadirkan perspektif yang berbeda dengan memfokuskan analisis pada audiens sebagai penerima pesan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi kajian-kajian sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam literatur komunikasi politik digital dengan menggeser fokus dari pembuat pesan ke penerima pesan, yakni masyarakat sebagai partisipan aktif dalam proses pembentukan makna politik melalui meme.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Ketujuh meme politik yang dianalisis merupakan bentuk partisipasi politik digital sebagai respons atas debat capres-cawapres 2024. Meme-meme ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sebagai alat komunikasi politik yang menyampaikan kritik, dukungan, maupun sindiran terhadap para kandidat. Berdasarkan hasil penelitian, meme politik menjalankan enam fungsi dalam konteks Pilpres 2024, yakni sebagai alat propaganda, strategi kampanye, alat penyederhanaan informasi, pemicu partisipasi politik, sarana ekspresi opini politik, dan medium untuk menurunkan ketegangan politik melalui pendekatan humoris.

Persepsi audiens terhadap meme politik debat capres-cawapres 2024 dapat dianalisis melalui tiga tahapan persepsi menurut Dedy Mulyana, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi. Pada tahap sensasi, audiens mendapatkan stimulus berupa elemen visual dalam meme, seperti ekspresi wajah kandidat, penempatan posisi figur kandidat, serta penggunaan simbol budaya populer. Elemen-elemen ini menjadi stimulus awal yang menarik perhatian, bahkan sebelum isi meme dipahami secara utuh.

Pada tahap atensi, perhatian audiens mulai terfokus pada ekspresi dan narasi yang dibangun dalam meme yang menyinggung isu sensitif, menyiratkan ironi, atau menyampaikan sindiran secara halus. Pada tahap ini, audiens mulai menangkap gaya komunikasi para kandidat melalui cara mereka menyindir, menanggapi, atau bereaksi dalam debat, sehingga membentuk kesan siapa yang tampil dominan, defensif, atau kehilangan momentum.

Selanjutnya pada tahap interpretasi, audiens mulai memaknai meme secara simbolik berdasarkan preferensi politik dan pengalaman mereka. Pada tahap ini audiens memaknai ekspresi wajah dan gestur tubuh para kandidat sebagai bentuk sindiran halus yang cenderung menunjukkan adanya inkompetensi para capres dan cawapres dalam performa debat capres-cawapres pilpres 2024. Dimana dalam tujuh meme yang dijadikan sampel penelitian, sosok Gibran dan Cak Imin menjadi sorotan dalam meme politik debat capres-cawapres 2024, yang sering kali diposisikan sebagai subjek dan objek dalam sebuah wacana relasi kuasa yang ada dalam meme.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini berkaitan dengan proses pengumpulan data, khususnya dalam menjadwalkan waktu wawancara dengan informan. Beberapa informan memiliki keterbatasan waktu karena aktivitas pribadi dan profesional, sehingga peneliti perlu menyesuaikan jadwal secara fleksibel. Kondisi ini menyebabkan proses wawancara mengalami penyesuaian durasi dan penjadwalan ulang, yang berdampak pada efektivitas dan efisiensi waktu dalam tahap pengumpulan data.

C. Saran

Penelitian ini masih terdapat kekurangan dari berbagai hal. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa saran untuk peneliti selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan informan dengan melibatkan latar belakang audiens yang lebih beragam, baik dari segi usia, pendidikan, maupun afiliasi politik. Hal ini penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi publik terhadap meme politik, mengingat karakteristik pengguna media sosial yang sangat heterogen.
2. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memfokuskan analisis pada sudut pandang kreator atau akun yang memproduksi dan membagikan meme politik. Hal ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana meme politik dikonstruksikan serta diwacanakan, khususnya dalam konteks kampanye dan dinamika selama periode pemilihan umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- APJII. (2024, February 07). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from apjii.or.id.
- Aryantini, P. T., Pramana, G. I., Erviantono, T., & Duarte, E. F. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik Politik: Studi Kasus Kampanye Pemilu 2024. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(5).
- Baharudin, U., & Fajarini, S. D. (2024, Desember). Meme Komunikasi Politik atas Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial X. *Jurnal Madia*, 5(1).
- Budiardjo, P. M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- databoks. (2024, Februari 16). *10 Negara dengan Rata-rata Durasi Akses Media Sosial Terlama (Januari 2024)*. Retrieved from Databoks.katadata.
- Dewi, R. S. (2019). Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1).
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1).
- Hasanah, S. A., Agustina, D., Ningsih, O., & Nopriyanti, I. (2024, Juni). Teori Tentang Persepsi dan Teori Atribusi Kelley. *CiDEA Journal*, 3(1).
- Hasbiansyah, O. (2005). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Dirjen Dikti*.
- Jeconiah, C. (2025). PERAN MEDIA DIGITAL DALAM MEMPENGARUHI PERSEPSI PUBLIK TERHADAP KANDIDAT PRESIDEN 2024. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*.
- Kulkarni, D. A. (2017). Internet meme and Political Discourse: A study on the impact of internet meme as a tool in communicating political satire. *Journal of Content, Community & Communication*, 6(3).
- Mahardita, A. H. (2013). PENGARUH PERSEPSI DIRI TERHADAP KEMAMPUAN BERNEGOSIASI DALAM MATAKULIAH SALESMANSHIP PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(3).
- Maryam, E. W., & Paryontri, R. A. (2020). *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. Sidoarjo, Jawa Timur: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: an expanded sourcebook*. Sage Publications.
- Moleong, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Morissan, M. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Salemba Empat.

- Mulyana, P. D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazhif, A. (2022). Pengaruh Meme Politik di Media Sosial terhadap Literasi Politik Generasi Z (Studi Deskriptif Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia).
- Prabawangi, R. P., & Fatanti, M. N. (2021). Meme Politik dalam Ruang Wacana Komunikasi Politik. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*.
- Puteri, N. R., & Mahadian, A. (2019). Isu Sosial dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Konten pada Meme Gambar dalam Instagram @memecomic.id). *Jurnal Scriptura*.
- Rahayu, S., Herman, D. Z., & Sastra, A. Z. (2019). MEME: GAYA KOMUNIKASI BARU DALAM INTERAKSI DIGITAL. *COMNEWS 2019 : TUTUR DIGITAL DALAM DOMINASI GENERASI MILENIAL*. Banten: Universitas Multimedia Nusantara.
- Sastroatmodjo, S. (1995). *Perilaku Politik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Setiawan, A. (2019). *Komunikasi Politik*. Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Shafira, F. (2022). Persepsi Audiens Terhadap Storytelling Nadhifa Allya Tsana dalam Konten . *Undergraduate Thesis*.
- Shiftman, L. (2013). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- Srikandi, M. B., & Reynaldi, B. (2019). Budaya Populer dan Komunikasi Politik: Penggunaan Meme dalam Komunikasi Politik. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Politik: Media Baru dan Wajah Masyarakat Pasca Revolusi Industri 4.0*. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syauket, A., Indriasari, R., Prayitno, R. B., Mendrofa, D. E., & Cabui, C. E. (2024). *Komunikasi Politik Pemerintahan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Yunus, N. R., Sholeh, M., & Susiolawati, I. (2017). Rekonstruksi Teori Partisipasi Politik Dalam Diskursus Pemikiran Politik Negara. *SALAM*.