

## TINJAUAN DESAIN PROPAGANDA TOLAK RUU KUHP DENGAN GAYA MEME DI INSTAGRAM

Arsita Pinandita, M.Sn<sup>1</sup>; Galih Putra Pamungkas, M.Sn<sup>2</sup>.

arsita@ittelkom-pwt.ac.id

1. Desain Komunikasi Visual, Institut Telkom Purwokerto , Jl. D.I Pandjaitan 128, Purwokerto, Indonesia
2. Desain Komunikasi Visual, Institut Telkom Purwokerto , Jl. D.I Pandjaitan 128, Purwokerto, Indonesia.

### Abstrak

Media sosial telah menjadi medium perubahan sosial dalam masyarakat. Dengan bahasa desain komunikasi visual ia bisa menjangkau beragam bentuk komunikasi informasi. Selain menjadi ruang bebas dalam berkomunikasi, internet telah menjadi kekuatan baru serta dianggap sebagai alat demokrasi dalam menyampaikan pendapat. Pembentukan persepsi publik dalam media sosial kini tidak hanya sebagai hipotesis dan itu bisa terjadi dimana saja, karena world wide web adalah entitas tanpa batas.

Dalam hal menyampaikan aspirasi atau gagasan, media sosial telah mengambil peran yang signifikan. Aspirasi atau gagasan dengan bentuk propaganda cukup lazim ditemukan dalam media sosial. Propaganda di media sosial juga ikut andil dalam polemik di Indonesia tentang rencana revisi RUU KUHP. Namun meski baru akan digulirkan telah terjadi penolakan yang luar biasa dari masyarakat. Penolakan ini merupakan kekecewaan masyarakat yang menganggap beberapa rancangan undang-undang di nilai kontroversial.

Kekecewaan terhadap rencana revisi RUU KUHP oleh anak muda disampaikan di media sosial dengan propaganda gaya visual meme (baca:mim). Propaganda dengan gaya visual meme disampaikan dengan pendekatan parodi, humor, namun tetap mengandung unsur kritis. Citra meme yang selama ini seringkali dianggap sebagai gaya visual humor dan menghibur terkadang juga mengandung ironi yang mendalam.

**Kata kunci:** desain, propaganda, meme

### Abstract

*Social media has become a medium for social change in society. With visual communication design language it can reach various forms of information communication. In addition to being a free space for communication, the internet has become a new force and is considered a democratic tool in expressing opinions. The formation of public perception in social media is now not just a hypothesis and it can happen anywhere, because the world wide web is an unlimited entity.*

*In terms of conveying aspirations or ideas, social media has taken a significant role. Aspirations or ideas in the form of propaganda are quite common in social media. Propaganda on social media also contributed to the polemic in Indonesia about the planned revision of the Criminal Code Bill. But even though it will be rolled out there has*

*been an extraordinary rejection from the community. This rejection is a disappointment to the public who consider some draft laws controversial.*

*Disappointment over the planned revision of the Criminal Code Bill by young people was conveyed on social media with meme-style visual propaganda (read: meme). Propaganda with meme visual style is conveyed with a parody, humor approach, but still contains critical elements. The image of a meme that has often been considered a style of visual humor and entertaining sometimes also contains a deep irony.*

**Keywords:** design, propaganda, meme

## PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi medium perubahan sosial dalam masyarakat. Dengan bahasa visual ia bisa menjangkau beragam bentuk komunikasi informasi. Selain menjadi ruang bebas dalam berkomunikasi, internet telah menjadi kekuatan baru serta dianggap sebagai alat demokrasi dalam menyampaikan pendapat. Pembentukan persepsi publik dalam media sosial kini tidak hanya sebagai hipotesis dan itu bisa terjadi dimana saja, karena *world wide web* adalah entitas tanpa batas.

Dalam hal menyampaikan aspirasi atau gagasan, media sosial telah mengambil peran yang signifikan. Aspirasi atau gagasan dengan bentuk propaganda cukup lazim ditemukan dalam media sosial. Propaganda di media sosial juga ikut andil dalam polemik di Indonesia tentang rencana revisi RUU KUHP. Kejadian ini mulai marak pada bulan september 2019. KUHP atau Kitab Undang Hukum Pidana Karya Anak Bangsa, menggantikan KUHP yang sebelumnya merupakan warisan penjajah Belanda. Namun meski baru akan digulirkan telah terjadi penolakan yang luar biasa dari masyarakat. Penolakan ini merupakan kekecewaan masyarakat yang menganggap beberapa rancangan undang-undang di nilai kontroversial.

## Latar Belakang

Bentuk media komunikasi saat ini telah mengalami evolusi yang semakin berkembang. Sejak ditemukan

jaringan teknologi *telephone* hingga kini jaringan internet, telah memudahkan manusia dapat berkomunikasi di belahan bumi manapun. Berbagai kemudahan telah memungkinkan manusia saling bertukar informasi dengan cepat dan mudah. Kehadiran media sosial di internet telah melahirkan beragam produksi dan distribusi komunikasi. Internet telah menjadi ruang bersama dalam menyampaikan gagasan, karena di dalamnya memungkinkan para penggunanya untuk bebas saling berkomunikasi. Media sosial dalam jejaring internet saat ini menjadi seperti halnya kekuatan *search engine optimisation* (SEO) yang mampu menaikkan persepsi publik dalam satu kali klik. Pembentukan persepsi publik online kini tidak hanya sebagai hipotesis dan itu bisa terjadi dimana saja, karena *world wide web* adalah entitas tanpa batas.

Media sosial di internet seringkali menggunakan visual dalam perwujudannya. Di Indonesia geliat bahasa visual di media sosial telah mengalami peningkatan yang masif. Puluhan hingga ratusan citraan foto berserakan setiap harinya di media sosial. Berdasarkan hasil survey APJI dan Polling Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa. Artinya penetrasi pengguna internet di tanah air meningkat menjadi 64,8% dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa. Maka bisa dibayangkan berapa jumlah visual serta beragam konten yang berada dalam arus jejaring internet

di Indonesia. Negara dalam hal ini juga sedang mengambil peran dalam perkembangan internet di Indonesia. Kedaulatan negara dan ketahanan nasional dapat terwujud melalui ketersediaan infrastruktur telekomunikasi yang terintegrasi. Peran negara ini disampaikan oleh Presiden Joko Widodo dengan membangun infrastruktur jaringan telekomunikasi dan *internet palapa ring* guna menyediakan jaringan internet yang cepat, aman dan murah. ([https://kominfo.go.id/content/detail/16478/proyek-palapa-ring-layanan-internet-cepat-dan-murah-dari-jokowi/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/16478/proyek-palapa-ring-layanan-internet-cepat-dan-murah-dari-jokowi/0/sorotan_media)).

Media sosial telah menjadi medium perubahan sosial dalam masyarakat. Dengan bahasa visual ia bisa menjangkau beragam bentuk komunikasi informasi. Selain menjadi ruang bebas dalam berkomunikasi, internet telah menjadi kekuatan baru serta dianggap sebagai alat demokrasi dalam menyampaikan pendapat. Pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Vivian (2008: 277-278), bahwa keberadaan internet sebagai media massa yang demokratis dikarenakan banyak orang yang dapat menciptakan isinya sendiri-sendiri, tidak terlepas dari kelemahan. Maka dalam hal ini arus informasi yang semakin mengglobal sebagai medium penyampaian pesan telah berubah sebagai penggerak massa dengan beragam kepentingan. Media sosial telah menjadi gerakan sosial serta tidak menjadi mobilisasi organisasi sosial. Media sosial telah mewakili pertama kalinya dalam sejarah keberadaan manusia sebagai warga negara yang berfikir sama untuk bertukar pikiran atau melakukan perubahan sosial. (<https://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2019/05/06/is-digital-age-propaganda-fundamentally-different-from-that-of-past-eras/#1b3541c91d50>)

Dalam hal menyampaikan aspirasi atau gagasan, media sosial

telah mengambil peran yang signifikan. Aspirasi atau gagasan dengan bentuk propaganda cukup lazim ditemukan dalam media sosial. Propaganda yang tersebar di media sosial berisi pesan yang pro-pemerintah atau oposisi terhadap pemerintah seolah membentuk polarisasi di masyarakat. Salah satu *platform* media sosial yang sering digunakan saat ini adalah *Instagram*. Kehadiran *Instagram* sebagai bentuk konvergensi media di era digital yang mengubah pola hidup dan persepsi masyarakat. Kehadirannya dianggap lebih cepat dan murah ketimbang harus membaca koran atau menonton televisi.

Propaganda di media sosial juga ikut andil dalam polemik di Indonesia tentang rencana revisi RUU KUHP. Kejadian ini mulai marak pada bulan september 2019. KUHP atau Kitab Undang Hukum Pidana Karya Anak Bangsa, menggantikan KUHP yang sebelumnya merupakan warisan penjajah Belanda. Namun meski baru akan digulirkan telah terjadi penolakan yang luar biasa dari masyarakat. Penolakan ini merupakan kekecewaan masyarakat yang menganggap beberapa rancangan undang-undang di nilai kontroversial. (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190923192231-8-101603/kontroversi-revisi-kuhp>). Rancangan RUU KUHP ini menjadi viral di media sosial terutama Instagram, yang akhirnya juga berimbas pada maraknya aksi turun ke jalan oleh kalangan sebagian besar kalangan mahasiswa di Indonesia. Berikut adalah respon desakan rakyat dan mahasiswa terhadap revisi RUU KUHP dan beberapa tuntutan permasalahan di Indonesia.



Gambar 1. Propaganda '7 Desakan' untuk membatalkan revisi RUU KUHP dan beberapa permasalahan di Indonesia yang *urgent* untuk diselesaikan. (Sumber: Instagram @marjinkiri, 2019)

Media sosial Instagram telah membawa dampak yang luar biasa dalam polemik yang muncul akibat rencana revisi RUU KUHP. Lewat jejaring *Instagram* publik ikut membagi konten visual propaganda ajakan untuk ikut andil dalam revisi RUU KUHP tersebut. Namun meski demikian ada fenomena yang menarik dalam bentuk propaganda tersebut. Para pengguna *Instagram* yang sebagian besar adalah mahasiswa dan generasi milenial mempunyai gaya bahasa tersendiri dalam setiap aksinya. Mereka lebih condong berbicara dengan bahasa visual yang sentai, unik serta kekinian. Gaya propaganda generasi milenial saat ini lebih dekat dengan gaya meme (baca:mim). Propaganda dengan gaya visual meme disampaikan dengan pendekatan parodi, humor, namun tetap mengandung unsur kritis. Citra meme yang selama ini seringkali dianggap sebagai gaya visual humor dan menghibur terkadang juga mengandung ironi yang mendalam. Selain menjadi bahan hiburan, meme dalam *Instagram* tidak hanya dimaknai sebagai materi *repost*, *upload* dan *share* namun tetap menjadi sebuah alat propaganda yang

efektif. Karena bersifat menghibur gaya bahasa pada meme dapat mudah diapresiasi oleh penerimanya. Pada penelitian ini akan dibahas bagaimana tinjauan desain propaganda gaya visual meme pada *instagram* yang mampu menjadi sarana informasi yang kuat namun tetap menghibur. Sehingga dari hasil analisis tinjauan desain ini nantinya akan memahami peran perancang / desainer visual propaganda bergaya meme dalam mereproduksi isu-isu sosial sebagai bagian penting dalam perkembangan demokrasi Indonesia saat ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan cara observasi data berupa *screenshot* gambar propaganda bergaya visual meme di Instagram. Pemilihan gambar didasari dari tingkat populer gambar tersebut yang berimbas pada tingginya tingkat *like*, *repost*, *share* oleh target audience di Instagram. Penelitian ini fokus pada analisis tinjauan desain dari tanda-tanda visual yang terkandung dalam visual propaganda bergaya meme tersebut. Kemudian, ditelaah kembali guna menemukan kesesuaian antara isu / tema propaganda dengan kreatifitas visual bergaya meme.

## PEMBAHASAN

Sosial media dalam internet tampaknya telah diterima di ruang-ruang privat maupun ruang-ruang pemerintahan. Citra visual yang hadir dalam setiap lini masa menjadi medium menyampaikan gagasan yang cukup efektif. Dalam hal ini citra visual yang muncul dalam bahasa visual media sosial tidak bisa lepas dari peran desain komunikasi visual. Menurut Tinarbuko (2009:56) dalam kehidupan sehari-hari, peranan desain komunikasi visual sangat signifikan sebagai sumber

informasi. Artinya desain komunikasi visual dalam perkembangan media sosial yang makin beragam saat ini menjadi semakin universal karena DKV adalah ungkapan terjemahan fisik dari berbagai unsur kehidupan manusia dalam balutan berbagai aspek kebudayaan. Desainer dalam proses perancangan gaya visual propaganda bergaya meme biasanya disertai dengan teks-teks dengan gaya kritik nan menggelitik. Isu yang seringkali dihadirkan merupakan representasi kejadian yang sedang populer di masyarakat. Seperti telah dibahas di awal bahwa meme saat ini telah menarik perhatian masyarakat, hal ini disebabkan oleh kemudahan meme dalam menyampaikan pesan serta karakter komunikasi yang disampaikan cenderung berkesan menghibur namun tetap lugas.

### Definisi Meme & Propaganda

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Meme bermakna cuplikan gambar dari acara televisi, film, dan sebagainya atau gambar-gambar buatan sendiri yang dimodifikasi dengan menambahkan kata-kata atau tulisan-tulisan untuk tujuan melucu dan menghibur. Meme muncul di berbagai media sosial, muncul di hampir di setiap isu yang muncul di tengah masyarakat dan membuatnya menjadi satir yang menggelitik. Pada tahun 1993, Wired mendefinisikan Meme sebagai sebuah gagasan yang menular, sama seperti virus yang melompat dari satu tubuh ke tubuh lainnya. Namun istilah Meme saat itu tidak populer, sampai akhirnya pada 2012 istilah Meme mencapai puncak popularitasnya. Hal ini terbukti dalam Google Trends Graph, yang memperlihatkan tren peningkatan Meme yang luar biasa. (<https://www.pikiran-rakyat.com/hidup-gaya/2017/08/27/asal-usul-meme-pertama-di-internet-408114>)

Istilah propaganda lekat dengan metode komunikasi yang bertujuan untuk

memanipulasi persepsi publik. Pada praktiknya propaganda mengelaborasi pesan untuk memperoleh pengaruh secara persuasif yang digunakan guna menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan individu-individu yang dipersatukan melalui manipulasi psikologis. Saat ini seiring dengan keberadaan teknologi komunikasi yang begitu canggih dan dianggap sangat efektif, media massa lebih utamanya media berbasis internet seperti media sosial banyak dijadikan sebagai saluran untuk membangun propaganda oleh berbagai pihak. (Malik, Jurnal Lontar Vol.4 No.3, 2016: 6). Sedangkan Harold D. Lasswell (dalam Heryanto, 2013: 76) menyatakan bahwa propaganda semata merujuk pada kontrol opini, dengan simbol- simbol penting, atau berbicara lebih konkret dan kurang akurat melalui cerita, rumor, berita, gambar, atau bentuk-bentuk komunikasi sosial lainnya. Ia juga memberi definisi propaganda sebagai teknik memengaruhi tindakan manusia. Maka dalam hal ini propaganda bergaya meme adalah sebuah pernyataan atas sikap dan gagasan di era digital.

### Desain Propaganda bergaya meme.

Keberadaan gaya desain dalam membawa pesan propaganda juga ikut berperan dalam tersampainya pesan / kritik sosial yang hendak disampaikan. Meski banyak dipengaruhi oleh bahasa retorika gaya desain propaganda meme juga tetap menggunakan estetika guna menyampaikan pesan yang *menyentil* tetapi efektif. Douglas Ehninger dalam Smith, et al. (2005, h. 141) menyatakan bahwa retorika tidak hanya secara khusus mengenai simbol verbal melainkan pengertian yang lebih luas dari itu, yaitu segala macam objek visual. Melalui retorika visual seseorang bisa terpengaruh pikiran dan perilakunya melalui penggunaan simbol-simbol yang strategis. Sloan et al. berpendapat bahwa perspektif retorik diterapkan pada setiap tindakan manusia yang bertujuan untuk





Gambar 3. Propaganda bergaya meme Alim yang di re-desain dan diunggah ulang oleh beragam warga net.

(Sumber: Instagram dengan tagar: #ReformasiDikorupsi #TolakRuuKuhp #GejayanMemanggil, 2019)

### Tahap Tinjauan desain:

Pada tahap ini akan dianalisis tinjauan desain propaganda bergaya meme yang telah dipilih dengan beberapa tahapan. Tinjauan sendiri memiliki definisi ‘melihat, (memeriksa), menilik; mempertimbangkan kembali; mempelajari dengan cermat; memeriksai (untuk memahami, dsb)’ (Depdikbud dan Balai Pustaka, 1995: 1060). Lalu metode tinjauan desain yang digunakan diambil dari buku ‘TINJAUAN DESAIN GRAFIS’ ADITYAWAN S (2011). Berikut urutan tahapan tinjauan desain grafis:

#### 1. Tahap Deskriptif;

Terlebih dulu mengamati dan menguraikan unsur-unsur dalam sebuah karya tanpa membuat penilaian atau kesimpulan.

#### 2. Tahap analisis formal;

Membahas bagaimana elemen- elemen dasar dalam suatu desain terjalini menjadi sebuah susunan halaman atau lay-out.

#### 3. Tahap intepretasi;

Menafsirkan makna suatu iklan. Makna dari keinginan-keinginan perancang desain yang terungkap, bagaimana cara atau teknik yang digunakan untuk ungkapkan keinginan pencipta dalam karya tersebut dan sebagainya.

### 4. Tahap evaluasi

Melakukan evaluasi lebih luas, membandingkan karya desain itu dengan dengan karya-karya pendahulunya, peran dan makna dari desain itu dalam lingkungan sosial pada zamannya.

### Hasil Analisis Tinjauan Desain



### Tahap Deskriptif

No	Unsur	Deskripsi
1.	Dimensi	872 x 611 pixels
2.	Media	Instagram
3.	Bentuk	Meme
4.	Akun	@nasutionbooks.id
5.	Waktu Unggah	30 September 2019
7.	Jenis huruf	Serif
8.	Pesan	“Negara tidak memfasilitasi rindu, tapi mencampuri urusan saat kita bertemu” #TundaRKUHP #BatalkanUUKPK, #SahkanRUUPKS

## Analisis Formal

Di dalam unggahan meme tersebut, terdapat beberapa elemen penyusun desain, baik berupa elemen visual maupun elemen verbal. Karya yang diunggah ke dalam instagram tersebut memiliki ukuran 872 x 611 pixels. Elemen visual dalam meme tersebut adalah ilustrasi berupa foto seorang Alif dengan masker hitamnya yang sedang berada di tengah kerumunan masa #gejayanmemanggil. Dalam gambar ia tampak sedang memperpampangkan poster berwarna merah dengan garis tepi putih dan terdapat kalimat (isi pesan) di tengahnya. Elemen verbal dalam meme ini bertuliskan "Negara tidak memfasilitasi rindu, tapi mencampuri urusan saat kita bertemu", ditambah tagar di bawahnya #TundaRKUHP #BatalkanUUKPK, #SahkanRUUPKS Tipe huruf dalam kalimat tersebut menggunakan tipe huruf serif.

## Tahapan Interpretasi

Meme ini merupakan jenis meme dimana ilustrasi dan isi pesan dipotret secara bersamaan dan bukanlah hasil rekayasa (*editing*). Suasana yang ditampilkan ialah si tokoh utama sedang ditengah-tengah kerumunan peserta orasi, sehingga memunculkan kesan aktual sesuai dengan aksi yang sedang dilakukan dan tujuan dari aksi tersebut. Tokoh utama dalam meme ini tergambar sedang membawa poster dominasi warna merah dengan garis tepi putih. Warna merah dan putih sendiri merupakan simbol nasionalisme Negara Kesatuan Republik Indonesia. Selain itu juga perpaduan warna merah putih menegaskan tujuan utama rakyat melakukan orasi dengan niatan tulus menjaga kesatuan negara Republik Indonesia.

Tulisan pesan (*caption*) dalam poster yang dibawa oleh si tokoh utama ialah "Negara tidak memfasilitasi rindu, tapi mencampuri urusan saat kita

bertemu", lengkap dengan tagar di bawahnya yang bisa diakses di instagram, dan memiliki fungsi lain, yakni sebagai informasi apa gerakan yang sedang mereka lakukan, apa tujuan gerakan yang sedang mereka lakukan; #TundaRKUHP #BatalkanUUKPK, #SahkanRUUPKS. Bahasa yang digunakan dalam poster tersebut berkesan ringan, melodrama, bahkan remeh. Hal tersebut justru semakin mempertegas pesan utama, bahwasanya negara terlalu mencampuri urusan remeh rakyatnya, urusan yang kurang semestinya diurus begitu serius oleh negara, dimana seharusnya ada hal yang lebih penting dan diperhatikan negara.

Meme ini dibuat dengan seolah-olah merupakan hasil karya fotografi jurnalistik. Dimana tokoh merupakan peserta aksi yang sedang berorasi dengan inti pesan seperti poster yang sedang ia bawa. Ekspresi dan atribut yang digunakan oleh si tokoh utama dalam meme juga mempertegas suasana serta maksud dan tujuan dari pesan utama. Namun, selain itu latar ruang dan waktu memang bukan hanya rekayasa skenario belaka, namun memang merupakan suasana yang aktual.

Sebuah meme, tampak nyata dan memiliki kesinambungan dengan keadaan umum yang sedang terjadi di sebuah negara, mampu membuat masyarakat secara luas tergerak untuk mengunggah ulang (*repost*) meme tersebut, hingga akhirnya menjadi viral. Karya meme di atas sudah di klik tombol sukai ribuan orang, diunggah ulang berkali-kali, bahkan akhirnya dicipta ulang dengan berbagai versi.

## Tahap Evaluasi

Setelah melakukan tahap menggambarkan, menganalisa dan mengintepertasikan maka dapat terlihat dalam susunan gambar yang sudah dibedah melalui ke tiga tahapan tadi.

Dapat disimpulkan bahwa, gagasan-gagasan yang diusung pada karya meme tersebut sebenarnya merupakan sebuah gagasan yang berangkat dari sebuah isu berat dan serius. Namun, realisasi penciptaan karya propaganda tersebut disesuaikan dengan perkembangan zaman, dimana saat ini sedang berkembang karya meme yang humoris, ringan, melodrama. Penyesuaian potret suasana dan ekspresi tokoh yang serius dipadupadankan dengan kalimat tulisan yang melodrama menimbulkan kesan kesadaran berpolitik namun nir-kekerasan.

Karya meme yang ringan dan humoris kemudian di publikasikan melalui media sosial, saat ini merupakan perpaduan yang tepat untuk menyampaikan pesan propaganda. Perpaduan media tersebut terbukti efektif dan efisien mendapatkan respon positif dari masyarakat luas. Hal ini bisa dilihat melalui jumlah *like*, *repost*, *share*, dan *remake* dalam berbagai bentuk karya.

## KESIMPULAN

Saat ini meme dan internet adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Meme menjadi bentuk komunikasi kreatif di tengah derasnya arus informasi di internet. Demokrasi Indonesia di era digital memudahkan orang untuk berpendapat di beragam media sosial. Hal inilah yang mengakibatkan demokrasi di era digital dapat tumbuh agresif dibanding sejarah demokrasi pada era sebelumnya. Masyarakat dapat dengan mudah memberi aspirasi atau sekedar bercanda dengan para elit negara. Kritik pada negara dengan mudah disampaikan melalui status maupun meme yang dibuat se-kreatif di media sosial. Keberadaan propaganda bergaya meme tidak dapat dipisahkan dengan kerja kreatif desainer grafis,

karena desain propaganda bergaya meme akan diapresiasi oleh publik jika secara visual dapat disampaikan dengan ilmu-ilmu desain komunikasi visual yang kreatif serta kekinian. Desainer dituntut untuk mampu berinovasi terhadap perkembangan media digital dalam perkembangan demokrasi saat ini. Setidaknya ketertarikan generasi muda terhadap demokrasi dan media sosial saat ini membuktikan tentang apa yang disampaikan oleh Faisal (2017:16) bahwa 'globalisasi tidak membuat anak muda menjadi individualis, tetapi justru semakin kolektif'.

## DAFTAR PUSTAKA

Vivian, John. (2008), *Teori Komunikasi Massa (Edisi Terjemahan)*, Prenada Media Group, Jakarta

Heryanto, Gun Gun, dan Rumaru, Shulhan. (2013), *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Smith K., Moriarty S., Barbatsis G., & Kenney K. (2005). *Handbook of visual communication : theory, methods, and media*. Lawrence Erlbaum Associates, America.

[Faizal, Muhammad. \(2017\)](#), *Generasi Phi*, Gramedia, Jakarta

Masri, Andry.(2010). *Strategi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta.

Juza, M. (2013). Internet memes—creation, distribution, social meaning. *Media Studies*, 55.

TIM LITBANG CONCEPT & Adityawan, Arief, (2011), *Tinjauan Desain Grafis*, Concept Media, Jakarta

Tinarbuko, Sumbo,(2009). *Iklan politik dalam realitas media*, Jalasutra, Yogyakarta.

Malik, AGITASI DAN PROPAGANDA DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus *Cyberwar Antar-Netizen* terkait Dugaan Penistaan Agama oleh Basuki Tjahaja Purnama Jurnal Lontar Vol.4 No.3, 2016

<https://www.forbes.com/sites/kalevleeta/2019/05/06/is-digital-age-propaganda-fundamentally-different-from-that-of-past-eras/#1b3541c91d50>

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20190923192231-8-101603/kontroversi-revisi-kuhp>

<https://www.pikiran-rakyat.com/hidup-gaya/2017/08/27/asal-usul-meme-pertama-di-internet-408114>