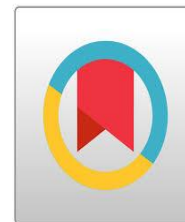


Language and Political Expression (Study of Critical Discourse Analysis of Satire Instagram Account @nurhadi_aldo)



Bahasa dan Ekspresi Politik (Studi *Critical Discourse Analysis* terhadap Akun Instagram Satir @Nurhadi_Aldo)

Nunik Hariyanti¹ Senja Yustitia²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

² Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta


¹Jl. Ring Road Selatan, Bantul, Tamanan, Banguntapan, Tamanan, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55191, Indonesia (Kampus 4)

²Jl. SWK 104 (Lingkar Utara), Condongcatur, Yogyakarta 55283 Indonesia (Kampus Pusat)

nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id & senja.yustitia@upnyk.ac.id

* Penulis Korespondensi: nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id

INFO ARTIKEL	
<p>Keywords Critical Discourse Analysis; Sexual Languages; <i>Political Expression</i>; Election; @nurhadi_aldo;</p>	<p>ABSTRACT Reforms bring consequences of freedom in political, contending, and media freedom. In the freedom of media, the presence of new media is dynamic in the process of delivering messages and opinions, especially in the realm of democracy. Black issues, polarisation supporters until identity politics also coloring the Indonesian elections in Indonesia in 2019, until finally, the figure @nurhadi_aldo emerged as the presidential candidate version of the Cyber Society. This research discusses text analysis in a discourse, according to Fairclough, the presence of text is a representation of the understanding of the creator, and this is open to interpretation. The purpose of this study describes the use of sexuality and satire language as a form of political expression in Indonesia, especially those that appear on the Nurhadi - Aldo Instagram account (@nurhadi_aldo). There are three stages to analyzing discourse based on Norman Fairclough's critical discourse analysis theory, namely representation, relation, and identity. The research results show that the language of sexuality and satire used by @nurhadi_aldo is a form of honesty expression to criticize the loss of the essence of an election contestation in Indonesia. Then found bizarre disclosure techniques, hyperbola, contrast, and unexpected techniques of logic use as an attempt to criticize the political phenomenon with @nurhadi_aldo.</p>
<p>KataKunci Analisis Wacana Kritis; Bahasa Seksual; Ekspresi Politik; Pemilu; @nurhadi_aldo;</p>	<p>ABSTRAK Reformasi membawa konsekuensi bagi kebebasan berpolitik, berpendapat dan bermedia. Dalam kebebasan bermedia, kehadiran media baru merupakan suatu dinamika pada proses penyampaian pesan dan opini terutama di ranah demokrasi. Isu liar, polarisasi pendukung hingga politik identitas turut mewarnai perhelatan pemilu di Indonesia tahun 2019 ini, hingga akhirnya sosok @nurhadi_aldo muncul sebagai calon presiden versi masyarakat dunia maya. Riset ini membahas tentang analisis teks dalam suatu wacana, dimana menurut Fairclough, kehadiran teks adalah suatu representasi pemahaman dari pencipta teks itu dan hal ini terbuka untuk dilakukan interpretasi. Tujuan dari penelitian ini memaparkan penggunaan bahasa seksualitas dan satir sebagai bentuk ekspresi politik di Indonesia, khususnya yang muncul pada akun Instagram Nurhadi - Aldo (@nurhadi_aldo). Terdapat tiga tahap untuk menganalisis wacana berdasarkan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough yaitu deskripsi, interpretasi dan penjelasan. Hasil riset menunjukkan bahwa bahasa seksualitas dan satir yang digunakan oleh @nurhadi_aldo adalah suatu bentuk ekspresi kejujuran untuk mengkritisi hilangnya esensi dari suatu kontestasi pemilu di Indonesia. Kemudian ditemukan pula teknik</p>

	pengungkapan yang ganjil, hiperbola, kontras dan teknik penggunaan logika yang tidak terduga sebagai upaya untuk mengkritisi terhadap fenomena politik oleh @nurhadi_aldo.
Riwayat Artikel Pengiriman 22 Mei 2019 Penelaahan 21 Oktober 2019 Diterima 12 Desember 2019	<p>Copyright ©2019 Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora) This is an open access article under the CC-BY-NC-SA license. Akses artikel terbuka dengan model CC-BY-NC-SA sebagai lisensinya.</p> 

Pendahuluan

Reformasi membawa konsekuensi bagi kebebasan berpolitik, berpendapat dan bermedia. Pada kebebasan bermedia ditandai dengan lahirnya UU nomor 40 tentang Pers. Sementara itu semangat mendorong kebebasan berpendapat misalnya terlihat dari lahirnya UU nomor 9 tahun 1998 tentang kemerdekaan menyampaikan pendapat di muka umum. Kebebasan berpolitik juga tercermin pada lahirnya UU Nomor 2 tahun 1999 tentang partai politik. Undang-undang yang terakhir inilah yang mendorong munculnya banyak partai politik pada pemilu pertama setelah reformasi hingga saat ini.

Secara umum media berperan dalam menangkap dan menyajikan fenomena serta fakta sosial dan politik di masyarakat. Sehubungan dengan hal itu McQuail menyebut bahwa kegiatan utama media adalah memproduksi, mendistribukan konten simbolik dan partisipasi bersifat profesional, terarah serta bebas nilai kepentingan (McQuail, 2005). Dalam beberapa kasus isi atau pemberitaan media sering dianggap mampu mempengaruhi. Misalnya pengaruh pada pilihan politik (Retnawati, Suntoro, & Nurmalisa, 2015) dan kredibilitas pemimpin simbolik keagamaan dimata masyarakat (Prasetyo, 2016). Hal-hal inilah yang kemudian membuat kondisi demokrasi di Indonesia menjadi lebih dinamis.

Pada kebebasan bermedia, kehadiran media baru (*new media*) turut menambah dinamika menyampaikan informasi dan opini atau dalam kerangka yang lebih besar yakni demokrasi. Kotschy (Prajarto, 2006) mengatakan bahwa esensi dari penggunaan *new media* adalah adanya ruang demokrasi baru. Lebih lanjut Kotschy menyampaikan bahwa kemunculan internet, perangkat komunikasi bergerak dan bentuk-bentuk kemajuan teknologi yang lain membuka kemungkinan terjadinya partisipasi aktif yang lebih dari masyarakat, sama seperti halnya tingkat partisipasi dan keterlibatan lain yang lebih besar dari masyarakat dalam menyikapi persoalan-persoalan publik.

Keberadaan media baru, termasuk didalamnya social media juga memberikan warna baru pada pemiliha presiden (pilpres) dan pemilihan kepada daerah (pilkada). Pasangan calon menggunakan social media sebagai instrumen baru pada strategi memenangkan kontestasi politik. Sebut saja pasangan Jokowi – Ahok pada Pilkada DKI tahun 2012 (Suhendra, 2014). Fenomena polarisasi juga terfasilitasi dengan adanya social media. Hasil survei CIGI dan Ipsos menunjukkan bahwa 58% responden Indonesia setuju media social dapat meningkatkan polarisasi politik. Survei yang melibatkan 25.299 responden itu dilakukan pada 2018-2019 dengan responden dari 25 negara (Jayani, 2019).

Temuan penelitian milik Arif Ganjar Herdiansyah dkk menunjukkan polarisasi muncul dipicu salah satunya oleh politik identitas berbasis agama dan etnis pasca pemilu

2014 dan diduplikasi pada pilkada dan pilpres setelah itu (Herdiansah, Junaidi, & Ismiati, 2017). Bahkan isu-isu pada pemilu tahun tersebut pun kembali diproduksi pada kontestasi selanjutnya seperti tuduhan Jokowi seorang yang lahir dari simpatisan PKI dan keturunan China yang anti-Islam. Sementara Prabowo diidentikkan dengan sosok militer diktator dan didukung oleh kelompok Islam radikal serta intoleran.

Penelitian itu juga menunjukkan bahwa polarisasi yang terjadi baik di dunia nyata maupun melalui media sosial ini makin tajam seiring dengan makin dekatnya pemilu (Herdiansah, Junaidi, & Ismiati, 2017). Pada pilgub DKI 2017 polarisasi muncul mendompleng isu agama yang semakin massif karena kehadiran sosial media. Tercatat beberapa tema agama yang mengemuka pada saat itu adalah larangan memilih pemimpin kafir, penista agama dan kecaman seperti tidak akan disalatkan jenasanya jika mendukung paslon tertentu (Ramadhan & Masykuri, 2018).

Produksi dan reproduksi isu-isu liar termasuk yang berkaitan dan SARA mencederai iklim demokrasi di Indonesia. Publik tentu tidak akan lupa mengenai isu yang mengarah pada kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan oleh salah satu tim pemenangan Prabowo-Sandiaga yaitu Ratna Sarumpaet. Pun demikian dengan kubu Jokowi – Ma’ruf Amin yang dianggap tidak tegas dalam menindak aktivis media sosial yang melemparkan isu-isu negatif lawan politiknya. Di satu sisi isu-isu hak asasi manusia (HAM) digunakan kubu Joko Widodo – Ma’ruf Amin untuk menyerang lawan. Sebaliknya, Jokowi juga sering diserang isu non-muslim dan PKI oleh lawannya. Keduanya lebih cenderung sibuk dengan isu sensasional ketimbang bertarung memaparkan program-program terbaik untuk masyarakat. Ross Tapsel mengatakan bahwa yang raib dari pemilu tersebut adalah debat serius tentang kebijakan atau ideologi karena politisi termasuk pasangan calon “lebih terlibat” pada polarisasi artifisial yang diciptakan oleh media sosial (Yustriani, 2019).

Situasi yang makin memanas dan jauh dari esensi pemilu itu membuat berbagai kalangan merasa perlu memunculkan aspirasi di luar 2 kekuatan pasangan calon yang telah ada. Kondisi inilah yang memicu hadirnya pasangan calon presiden fiktif nomor urut 10 Nurhadi – Aldo atau Dildo di dunia maya. Creator kampanye ini mengatakan bahwa mereka ingin menunjukkan cara millennial dan geneasi Z merayakan pemilu 2019 tanpa ada keributan (VoxpopIndonesia, 2019). Dosen Ilmu Politik UI Hurriyah seperti dikutip pada BBC, menyampaikan bahwa akun media social Nurhadi-Aldo mernjadi ruang ekspresi kelompok yang apatis dan skeptis sekaligus menjadi respon atas kontestasi politik. Anak muda, menurut Hurriyah, muak dengan kontestasi yang makin tidak sehat, di satu sisi belum ada program yang ditawarkan oleh pasangan calon (BBC, 2019).

Sosok Nurhadi – Aldo ini diciptakan oleh delapan anak muda yang aktif di ranah media sosial instagram sejak 24 Desember 2018 dengan pendekatan yang sedikit *nyeleneh* dan berbau vulgar. Pasangan fiktif ini menjadi viral karena pesan-pesan politiknya menggunakan pendekatan bahasa seksualitas yang bagi sebagian orang dianggap jorok, tidak sopan dan menerobos pakem ketimuran. Namun justru kehadiran pasangan ini mampu mencuri perhatian publik khususnya kalangan muda yang memiliki keresahan yang sama. Bahkan tim kampanye Jokowi – Ma’ruf Amin seperti dikutip Tirto.id (Setiawan, 2019) sempat merasa terganggu dengan sepak terjang Nurhadi - Aldo karena dikhawatirkan menggiring publik untuk golput pada pemilu 2019.

Penggunaan bahasa yang vulgar tersebut memancing pro dan kontra. Feminis sekaligus konsultan Gender Tunggal Pawestri dalam tulisannya menyatakan keberatan dengan teknik berkomunikasi yang terus menerus mengandalkan idiom-idiom vulgar, cabul yang seksis serta *phallus centris* (Pawestri, 2019). Pandangan lain tentang tema vulgar Nurhadi-Aldo disampaikan oleh Yuristia Wira dkk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meme Nurhadi-Aldo yang cenderung vulgar dan agresif memang memungkinkan meme tersebut membawakan topik yang sensitif, khususnya ideologi kiri dan tubuh (Cholifah & Adrianto, 2019). Pendekatan cara berkomunikasi yang vulgar dan menerobos pakem memang berpotensi untuk diartikan berbeda. Termasuk bisa juga dimaknai sebagai sebuah cara perjuangan baru, kejenuhan atas hipokrisi kosmetik elite (Achdian, 2019).

Produksi bahasa yang termanifestasikan pada teks memang tidak berada pada ruang kosong. Misalnya, pada situasi masyarakat patriarki maka produksi teks bisa berbeda dan dipengaruhi akan hal tersebut. Itu sebabnya, Fairclough menghubungkan antara wacana dengan ideologi dan hegemoni. Ideologi menurutnya berkontribusi pada penggunaan bahasa dengan berbagai cara dan level (Fairclough, 1992). Misalnya, interpretasi teks sangat terbuka dan dapat diinterpretasikan menurut ideologi yang berbeda. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa wacana tidaklah bisa terpisah dengan konteks situasi baik sosial, budaya maupun politik.

Atas dasar paparan fenomena tersebut diatas penelitian ini berusaha menggali bagaimana penggunaan bahasa seksualitas dan satir sebagai bentuk ekspresi politik. Satir adalah penggabungan antara unsur ironi dan sarkasme dan biasanya berbentuk humor (Wadipalapa, 2015). Sedangkan seksualitas yang dimaksud pada penelitian ini berasal dari definisi Tommaso M. Milani dalam *Language and Sexuality (1) as a specific aspect of the human biological makeup (penises/vaginas, XX/XY chromosomes, and in-between variations on these dyads); and (2) as erotic and/or procreative desires and practices, which may build*

upon, but are not reducible to, those bodily features. In this way, sexuality is related to, but should not be conflated with, sexual identities (i.e., heterosexual, bisexual, gay, lesbian, asexual, etc.) (Milani, 2017). Tujuan dari penelitian ini memaparkan penggunaan bahasa seksualitas dan satir sebagai bentuk ekspresi politik di Indonesia, khususnya yang muncul pada akun Instagram Nurhadi – Aldo (@nurhadi_aldo).

Metode

Riset ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data yang diambil dari unggahan satir akun instagram @nurhadi_aldo. Pertama, peneliti memilih unggahan satir dan konten seksualitas berdasarkan jumlah penyuka (*likes*) diatas 10.000. Jumlah likes 10.000 menunjukkan bahwa postingan tersebut banyak disukai oleh netizen. Berdasarkan hal tersebut peneliti menemukan tujuh buah unggahan yang berjudul Jembot, Jalang, Zakar, Peli Gajah, Ovulasi, Perek dan Kampang Pantek. Selanjutnya, selain memilih unggahan tersebut, peneliti juga berupaya untuk menemukan struktur konstruksi, makna dan citra yang muncul serta motivasi dari kreator @nurhadi_aldo melalui perangkat penelitian dan riset dokumentasi untuk mendapatkan tambahan informasi yang mendukung.

Proses analisis yang digunakan dalam riset ini adalah menggunakan analisis wacana kritis Fairclough. Sesuai dengan prosedur penelitian yang disampaikan Fairclough maka penelitian ini didasarkan pada tiga komponen analisis terhadap tujuh buah unggahan akun @nurhadi_aldo yakni deskripsi, interpretasi, dan penjelasan. Representasi berhubungan dengan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa, dan kegiatan ditampilkan dalam teks (Eriyanto, Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media, 2012). Masih pada publikasi yang sama, Eriyanto menyebutkan bahwa relasi mengacu pada bagaimana partisipan dalam media berhubungan dan ditampilkan dalam teks. Sedangkan identitas melihat bagaimana identitas wartawan atau dalam hal ini pembuat teks ditampilkan dan dikonstruksikan dalam sebuah teks. Ketiga tahapan ini digunakan mengungkapkan makna dan pesan dalam kontruksi teks unggahan satir akun instagram @nurhadi_aldo. Selain itu, enelitian ini akan menjelaskan fenomena @nurhadi_aldo melalui tiga level yakni teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*.

Hasil dan Pembahasan



Gambar 1. Postingan Jembot

Sumber: diolah dari akun instagram @nurhadi_aldo

Berdasarkan postingan tersebut peneliti melakukan analisis teks sebagai berikut;

Tabel 1. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Jembot

Unsur	Postingan Jembot
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - Dua kata yang menjadi daya tarik teks ini adalah singkatan yang digunakan yakni JEMBOT, efisien dan ovulasi. - Ketiga kata nyaris tidak pernah menjadi narasi yang digunakan oleh pasangan calon presiden. - Jembot atau jembatan menurut KBBI adalah rambut kemaluan. Sedangkan ovulasi menurut KBBI adalah terlepasnya sel telur dari indung telur (biasanya di antara hari ke-3 dan ke-17 sesudah haid). - Kedua diksi tersebut merujuk pada organ paling dan kondisi paling intim dari seseorang. Pada level ini, pasangan Nurhadi - Aldo mencoba untuk menyetengahkan hal tabu yang nyaris tidak pernah muncul pada narasi formal apalagi pada kegiatan kampanye dan pemilu dalam teks program mereka. - Secara umum, JEMBOT sebagai bagian dari program Nurhadi - Aldo ingin menunjukkan hal yang berkebalikan dengan program pasangan calon yang ada selama ini. Kata “jujur”, “merakyat”, “baik”, “terpercaya” adalah menjadi kata sifat yang ingin ditunjukkan sebagai bagian dari identitas pasangan ini, sedangkan “ovulasi” dan “efisien” sebagai kondisi bahwa program yang baik seharusnya dilakukan dengan efisien yakni pada masa-masa yang tepat (ovulasi) agar berhasil dengan baik.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pasangan Nurhadi-Aldo menggambarkan dirinya sebagai pihak yang memiliki serangkaian visi yang jika disingkat membentuk kata JEMBOT.
Identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Pasangan Nurhadi - Aldo memposisikan diri sebagai pihak yang memiliki program kerja seperti layaknya pasangan capres-cawapres.

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Selanjutnya adalah postingan bertema Jalang yang dilengkapi dengan gambar buruh dengan fokus pada salah satu foto wajah buruh tersebut.

Selanjutnya adalah postingan bertema Jalang yang dilengkapi dengan gambar buruh dengan fokus pada salah satu foto wajah buruh tersebut.



Gambar 2. Postingan Jalang
 Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Berikut adalah analisis teks untuk postingan tersebut;

Tabel 2. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Jalang

Unsur	Postingan Jalang
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - “Jalang” merupakan kependekan dari “Jalan Terang Buruh” - Menurut KBBI kata “jalang” memiliki 2 arti yakni 1) tidak dipelihara (tentang binatang); liar. 2) nakal (tentang perbuatan yang melanggar susila. - Kedua arti tersebut mewakili kata buruh yang seringkali menjadi kelompok yang termarginalisasi serta selalu menjadi rentan dikriminalisasi dianggap melanggar serta pihak yang tidak taat aturan. - Isu buruh menjadi isu menarik dan jarang dibicarakan oleh pasangan calon presiden padahal peran buruh sangat besar. Teks pada caption merujuk pada kondisi buruh kondom yang dapat menghasilkan banyak kondom namun gaji rendah. - Kondom menjadi diksi yang digunakan untuk merujuk pada industri yang sangat berguna bagi pemerintah misalnya sebagai alat pengendali kelahiran serta pelindung dari virus HIV AIDS sementara pekerjaannya justru dipandang rendah ditandai dengan penggunaan kalimat “gaji buruh” untuk menekankan kontradiksi tersebut.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Buruh digambarkan sebagai wajah kebanyakan warga Indonesia, namun selalu dirugikan terutama dalam isu-isu terkait kesejahteraan buruh padahal mereka adalah orang yang sangat berjasa dalam sebuah rantai produksi. Upah buruh yang rendah merupakan bentuk paling lazim dari ketidakpedulian pemodal terhadap nasib mereka. - Pemodal adalah pihak yang paling diuntungkan dengan rendahnya upah buruh. Pemodal digambarkan sebagai pihak yang menolak kesetaraan karena membayar buruh dengan upah sangat rendah
Identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Pasangan ini memosisikan diri sebagai pihak yang membela buruh dan menganggap dirinya sebagai bagian dari solusi kesejahteraan buruh melalui program Jalang

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Selain memposting tentang buruh, akun @nurhadi_aldo juga memilih isu agraria pada postingan berjudul Zakar seperti di bawah ini;



Gambar 3. Postingan Zakar
Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Berikut analisa teks pada postingan Zakar;

Tabel 3. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Zakar

Unsur	Postingan Zakar
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - Zakar merupakan singkatan Zakat Wajib Tanah Untuk Rakyat - Kata Zakar sepintas mewakili sebutan alat kelamin pria, yang secara umum menjadi ciri khas teks pasangan ini yakni dengan memilih diksi yang selama ini dianggap tabu - kata ‘Zakat’ dan ‘tanah’ (yang selanjutnya pada caption mengacu pada agraria) pada ZAKAR menjadi penguat tujuan kontradiksi terminologi zakat yang ada selama ini. - Zakat menurut KBBI berarti jumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya (fakir miskin dan sebagainya) menurut ketentuan yang telah ditetapkan oleh syarak). Dalam Islam zakat identik dibayarkan pada akhir bulan puasa. - Problem agraria yang disebutkan menjadi perkawinan silang antara pemerintah dan kelas pemodal. Agraria sebagai diksi menarik karena mewakili isu yang selama ini jarang disebutkan oleh pasangan calon lain. - Pada saat kata ‘zakat’ dan ‘agraria’ disatukan dalam sebuah kalimat maka secara teks pasangan ini sedang memberikan teks yang berkebalikan dengan kondisi selama ini. Zakat harusnya menjadi program berkesinambungan (tidak hanya pada momen tertentu saj) serta tanah sebagai kekayaan alam sebaiknya tidak dimonopoli kelompok tertentu, cara terbaik adalah dengan memberikannya kepada masyarakat secara merata.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Dalam masalah agraria petani kecil di pedesaan digambarkan sebagai pihak yang paling sering dirugikan oleh persilangan kepentingan penguasa dan pemodal. Petani yang menjadi penggarap utama lahan pertanian seharusnya menjadi penguasa utama tanah atau lahan garapan namun isu agraria selama ini tidak pernah menjadi perhatian utama pemerintah - Penguasa dan pemodal adalah pihak yang memiliki modal dan diposisikan sangat kuat. Kedua pihak ini dalam isu agraria berkongsi untuk saling menguntungkan, pada ujungnya yang dirugikan ada petani. Pada kampanye politik jelang pemilu, isu agraria tidak banyak disinggung karena penguasa menjadi bagian dari permainan tersebut.
Identitas	Nurhadi-Aldo memosisikan dirinya sebagai pihak yang hadir untuk mengatasi permasalahan ini

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Selanjutnya adalah postingan @nurhadi_aldo yang menyoroti tentang keberadaan ganja di Indonesia, seperti gambar di bawah ini;



Gambar 4. Postingan Peli Gajah

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

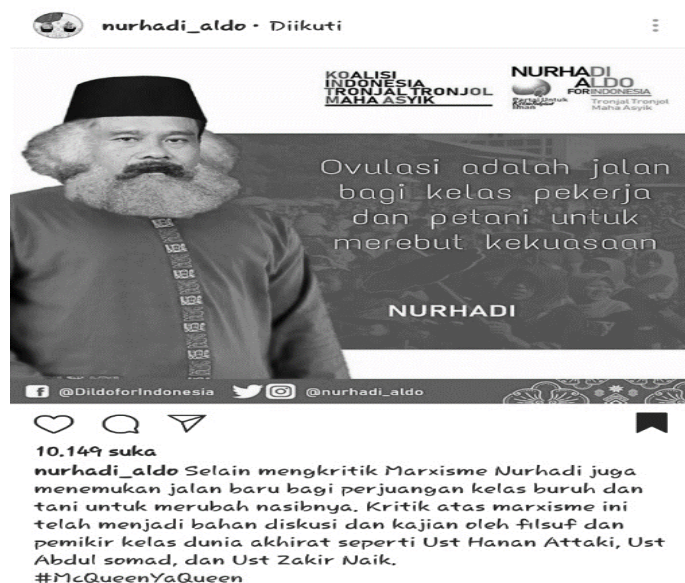
Analisis teks untuk postingan Peli Gajah adalah sebagai berikut;

Tabel 4. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Peli Gajah

Unsur	Postingan Peli Gajah
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - Teks yang dipilih sebagai penarik perhatian adalah kata “peli”, “halal” dan “ganja” pada caption. - Peli pada postingan ini merupakan kependekan dari Program Legalisasi Ganja Halal - Pada bahasa Jawa kasar, peli berarti penis pria. Oleh karena berada pada level bahasa Jawa kasar maka kata ini tidak mungkin disampaikan pada ruang formal - Ketiga kata tersebut digunakan untuk mewakili aspirasi pasangan Nurhadi - Aldo tentang keberadaan ganja yang menjadi pro dan kontra di masyarakat, padahal kenyataannya ganja pada level tertentu merupakan obat bagi rakyat. Maka ganja pada hal ini digunakan sebagai kata untuk mewakili isu-isu masyarakat yang tak pernah disentuh pemerintah padahal secara umum jika dikaji memiliki kegunaan positif bagi masyarakat. - Kata “halal” digunakan sebagai sindiran atas label halal yang dikeluarkan pemerintah melalui MUI untuk produk-produk yang diperbolehkan beredar dan dikonsumsi masyarakat khususnya kalangan muslim.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat digambarkan sebagai orang yang diuntungkan dalam isu legalisasi ganja karena ganja menurut beberapa penelitian adalah tanaman sejuta manfaat. Ganja telah digunakan manusia berabad-abad lalu dan memberikan kesejahteraan untuk masyarakat kebanyakan - Pemerintah adalah pihak yang memiliki regulasi sehingga kekuatan ini bisa digunakan untuk membatasi konsumsi masyarakat bahkan pada bahan yang diakui secara ilmiah memiliki kegunaan seperti ganja. Pemerintah menjadi pihak yang paling berkuasa dan disaat yang bersamaan tutup mata dengan fakta kegunaan ganja. Pemerintah sebagai penguasa menggunakan kewenangannya itu untuk membatasi kesejahteraan masyarakat.
Identitas	<p>Nurhadi-Aldo memposisikan diri sebagai bagian dari masyarakat yang setuju bahwa ganja adalah tanaman yang memiliki manfaat dan berseberangan dengan pemerintah yang menolak penggunaan ganja. Ia mengatakan dengan “pemerintah seakan-akan menutup mata” untuk menunjukkan sikap yang berseberangan dengan pemerintah.</p>

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Postingan kelima adalah postingan Ovulasi dengan menonjolkan sosok Nurhadi yang dilengkapi dengan teks seperti dibawah ini;



Gambar 5. Postingan Ovulasi
 Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

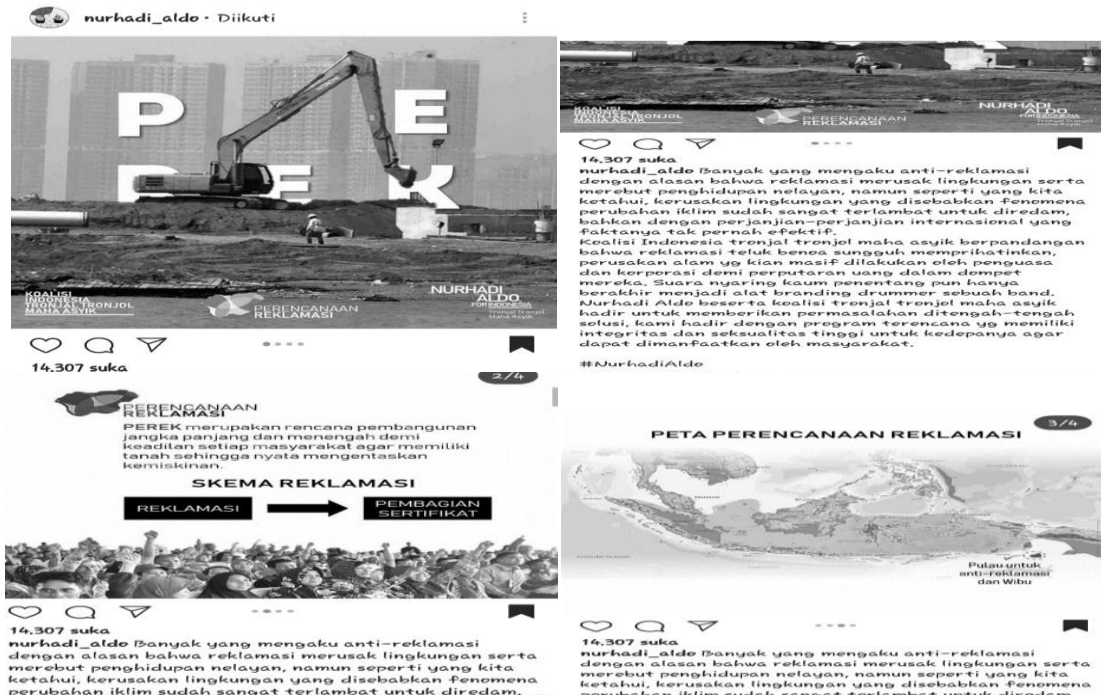
Berikut adalah analisis teks untuk postingan berjudul Ovulasi;

Tabel 5. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Ovulasi

Unsur	Postingan Ovulasi
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - Ovulasi menurut KBBI adalah terlepasnya sel telur dari indung telur (biasanya di antara hari ke-3 dan ke-17 sesudah haid) - Ovulasi merupakan kondisi terbaik wanita untuk pembuahan sebagai proses awal pembentukan janin pada rahim. - Pada postingan ini ovulasi digunakan sebagai alat bagi Nurhadi- Aldo untuk ‘menolak’ paham serba rumit milik marxisme, dan ulama yang selama ini berdakwah tentang perjuangan kelas. Melalui kata ovulasi Nurhadi ingin menunjukkan bahwa petani dan pekerja tidak perlu paham (-isme) dan dalil agama yang rumit, perjuangan kelas bisa dilakukan jika jumlah mereka dominan dan hal itu justru sangat mungkin dilakukan mengingat ovulasi adalah kemampuan natural dari setiap wanita.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Kelas pekerja dan petani digambarkan sebagai pihak yang selalu ditindas penguasa. Perjuangan kelas yang dilakukan oleh kelompok ini tak bisa merubah nasibnya. Bahkan diskusi kelas atas dengan dalil agama dan ideologi marxis tidak juga bisa mengangkat nasib mereka. Maka jika ingin melakukan perjuangan kelas maka mereka harus melipatgandakan jumlah mereka agar menjadi jelas dominan. - Penganut marxis dan ustad yang disebut sebagai pemikir dunia akhirat diposisikan sebagai pihak yang ramai di ranah diskusi atau wacana namun tidak juga dapat menolong nasib para pekerja dan petani.
Identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Pasangan Nurhadi-Aldo memosisikan diri sebagai orang yang menemukan solusi bagi perjuangan kelas. Mereka lantas mensejajarkan diri dengan para filsuf dan pemikir agama Islam.

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Postingan selanjutnya yang dianalisis adalah berjudul *Perek* yang mengangkat isu reklamasi seperti dibawah ini;



Gambar 6. Postingan Perek
 Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

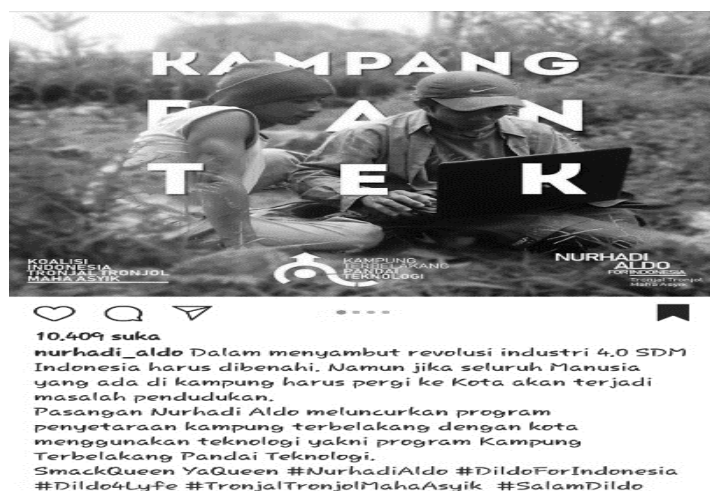
Berikut adalah analisis teks postingan *Perek*;

Tabel 6. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Perek

Unsur	Postingan Perek
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - “Perek” sebagai diksi digunakan untuk menyasar dua hal. Pertama, melambangkan profesi yang dianggap paling hina dan terlarang yakni pelacur serta menjadi kependekan dari “Perencanaan Reklamasi”. - “Perek” digunakan untuk menunjukkan kejujuran dan anti kemunafikan, sehingga jika munafik maka kastanya dibawah seorang perek. Kemunafikan yang dimaksud adalah orang-orang yang mengaku anti - reklamasi, namun sejatinya tidak. - Maka pada teks selanjutnya, pasangan ini menyampaikan bahwa mereka adalah representasi kejujuran dengan menggunakan kata ‘integitas’ dan ‘seksualitas’ sebagai simbol kegairahan untuk mengabdikan pada masyarakat.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Penentang reklamasi digambarkan sebagai pihak munafik yang menggunakan isu kesejahteraan nelayan untuk menentang reklamasi. Kelompok ini disebut sebagai kelompok “mengaku anti - reklamasi” yang sejatinya tidak benar-benar berpihak kepada nelayan karena kerusakan lingkungan memang merupakan akibat dari fenomena perubahan iklim. Penentang reklamasi ini juga digunakan untuk menyindir aktivis anti reklamasi Teluk Benoa yakni Jerinx SID yang vokal mengkritisi masalah ini namun ujung-ujungnya hanya digunakan sebagai alat branding grup band-nya. - Penguasa dan korporasi adalah pihak yang paling diuntungkan dari reklamasi yang secara tidak langsung menambah pendapatan mereka. Mereka ini adalah perusak alam yang secara masif melakukannya untuk keuntungan ekonomis.
Identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Pasangan Nurhadi-Aldo memosisikan diri sebagai pihak yang memberikan solusi atas pro-kontra reklamasi. Mereka juga mengkritik pihak-pihak yang disebut sebagai “mengaku anti-reklamasi”, penguasa serta korporasi yang semuanya hanya memikirkan keuntungan sepihak atas proyek reklamasi.

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Postingan terakhir yang dianalisis adalah Kampung Pantek yang menyoroti isu revolusi industry dengan gambar seperti dibawah ini;



Gambar 7. Postingan Kampung Pantek

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Analisis teks untuk postingan Kampung Pantek adalah sebagai berikut;

Tabel 7. Analisis Teks Model Norman Fairclough Postingan Kampung Pantek

Unsur	Postingan Kampung Pantek
Representasi	<ul style="list-style-type: none"> - “Kampung Pantek” adalah kependekan dari “Kampung Terbelakang Pandai Teknologi” - Berbeda dengan postingan lainnya yang menggunakan diksi vulgar sebagai daya tarik, pada postingan ini hal itu tidak terlihat. - Pilihan kata yang digunakan adalah “kampung” untuk mewakili kondisi terbelakang sedangkan “teknologi” untuk mewakili kemajuan.
Relasi	<ul style="list-style-type: none"> - Orang kampung digambarkan sebagai masyarakat terbelakang yang gagap teknologi. Orang kampung ini seringkali pindah ke kota agar tidak lagi terbelakang baik secara ekonomi maupun pendidikan. Mereka ini harus disetarakan tidak dengan melakukan urbanisasi namun dengan penyetaraan teknologi - Dalam teks tidak digambarkan bahwa orang kampung ini memiliki relasi timpang dengan orang kota, namun ketimpangan tersebut lebih disebabkan karena revolusi industri 4.0 dan penggunaan teknologi.
Identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Nurhadi-Aldo memosisikan diri menjadi pihak yang memiliki solusi atas permasalahan keterbelakangan masyarakat Indonesia di era 4.0.

Sumber: akun instagram @nurhadi_aldo

Pada level *discourse practice* peneliti mencoba menelusuri semua publikasi yang memuat wawancara media dengan kreator pasangan Dildo. Dari riset dokumentasi tersebut, diperoleh sejumlah keterangan terkait maksud dan tujuan diciptakannya tokoh fiktif tersebut. Munculnya pasangan fiktif Nurhadi – Aldo (Dildo) diprakarsai oleh Edwin. Dialah orang dibalik konten kampanye pasangan tersebut. Akun instagram @nurhadi_aldo resmi diunggah pertama kali pada tanggal 24 Desember 2018. Pada beberapa publikasi media massa, Edwin mengatakan bahwa maksud dibalik kehadiran Dildo adalah polarisasi politik yang menyebabkan munculnya konflik di masyarakat. Menurutnya Dildo lahir sebagai hiburan untuk publik yang jengah dengan polarisasi politik di media sosial (Fikrie, Beritagar.id,

2019). Edwin pada publikasi yang sama mengatakan bahwa gerakan ini tidak terkait dengan pasangan calon tertentu dan namun juga bukan bagian dari kampanye golput. Edwin mengatakan bahwa ia bukanlah *buzzer* Jokowi namun *buzzer* rakyat. Lebih lanjut Edwin bahkan menyampaikan bahwa ia adalah *buzzer* rakyat lewat Nurhadi-Aldo sekaligus *buzzer* humor politik (Fikrie, Beritagar.id, 2019).

Buzzer adalah istilah yang mengacu pada konsep *buzz marketing* yaitu aktivitas atau kegiatan pemasaran suatu produk pada saluran media komunikasi untuk menciptakan gangguan. Gangguan tersebut ditujukan pada kompetitor untuk menarik *target audience* (Syahputra, 2017). Pada konteks persoalan ini *buzzer* diidentikkan dengan orang yang ditugasi secara khusus oleh seseorang pihak atau kelompok untuk mendukung dan mengkampanyekan sesuatu yang menguntungkan golongannya. *Buzzer* bisa disebut sebagai relawan politik yang memiliki ribuan follower dan termasuk pada kelompok ekstra-parlementer dengan 3 posisi utama. Pertama, menawarkan wacana pemikiran alternatif di tingkat ideologi dan konsep kebijakan public yang dikeluarkan oleh pemerintah. Kedua, relawan politik dituntut bukan sekedar hanya mampu berwacana melainkan memberikan contoh konkret mengenai penerapan di lapangan. Di sinilah *buzzer* berperan. Ketiga, relawan politik diharapkan mampu menyediakan berbagai informasi yang berguna bagi public terutama seputar kebijakan pemerintahan. Keempat, relawan politik dapat memainkan peran sebagai pemimpin perubahan (Arianto, 2016).

Pada temuan penelitian menunjukkan beberapa hal. *Pertama*, kampanye @Nurhadi_Aldo penggunaan bahasa seksualitas dan satir ditujukan kepada pemerintah atau calon yang sedang terlibat dalam kontestasi politik. Ini tidak saja sindiran, kritik juga bagian dari ekspresi kejujuran karena pilihan kata yang digunakan adalah bahasa dengan idiom seksualitas yang tentu saja tidak pernah dipakai oleh pasangan calon maupun politisi yang terlibat pemilu.

Soal bahasa kampanye yang vulgar, Edwin mengatakan bahwa gaya itu adalah adopsi yang dia lakukan atas cara Nurhadi mengisi laman media sosialnya di Facebook. Menurutnya, *jokes* Nurhadi sama dengan mereka yang merasa tidak tabu dalam menggunakan istilah vulgar. Edwin menyatakan bahwa gaya itu justru bisa menyatukan masyarakat yang terpecah akibat kubu-kubu politik di media sosial. Paling tidak bisa meredam konflik di masyarakat (Fikrie, Beritagar.id, 2019). Sementara itu, beberapa konten kampanye Dildo juga digunakan untuk menyindir pasangan calon Joko Widodo – Ma'ruf Amien & Prabowo Subianto – Sandiaga Uno yang tidak memberikan perhatian pada isu-isu tertentu seperti misalnya mitigasi bencana dan legalisasi ganja. *Kedua*, akun @nurhadi_aldo

memiliki beberapa program yang menggunakan akronim seksualitas dan satir untuk melawan beberapa program normatif dan bahkan tak tersentuh oleh pasangan calon. Program tersebut yaitu *Perek* (perencanaan reklamasi), *PELI GAJAH* (Program Legalisasi Ganja Halal), *JEMBOT* (Jujur, Efisien, Merakyat, Baik, Ovulasi, Terpercaya), *KAMPANG PANTEK* (Kampung Terbelakang Pandai Teknologi), *ZAKAR* (Zakat Wajib Tanah untuk Rakyat), dan *Jalang* (Jalan Terang Buruh).

Pada berita berjudul Tim Sukses Dildo, Edwin Saya Buzzer Rakyat (Fikrie, Beritagar.id, 2019) Edwin menyatakan bahwa guyonan mitigasi bencana disampaikan karena capres dan cawapres resmi belum pernah berbicara mengenai mitigasi bencana. Melalui sindiran ini ia berharap isu tersebut diangkat. Juga terkait konten alih fungsi lahan sawit menjadi ladang ganja. Edwin mengatakan bahwa ganja memiliki banyak manfaat misalnya untuk obat-obatan. Menurutnya banyak negara yang melegalkan ganja untuk kesehatan. Di banding sawit, ganja lebih berfaedah. Soal isu LGBT, Edwin menyampaikan bahwa hal itu bagian dari sindirannya kepada parpol yang berani menolak poligami dengan alasan menolak kekerasan terhadap perempuan tapi tidak berani mengangkat isu LGBT. Masih pada sesi wawancara yang sama, Edwin menyatakan bahwa melalui konten kampanye Dildo, ia mencoba membawa masalah agraria, hak asasi manusia, lingkungan hidup dan isu-isu lain yang tidak berani dibicarakan elite politik. Konten satir dengan pendekatan jenaka merupakan sebuah upaya dalam memberikan tekanan terhadap “musuh” dan berupaya untuk mengajak orang lain terlibat dalam menertawakan musuh kita. Dalam hal ini musuh bersama adalah kedua pasangan calon dan elit politik yang terlibat pemilu.

Ketiga, penggambaran dari penggunaan bahasa seksual tersebut dilakukan secara eksplisit menggunakan teknik tipografi. Walaupun tidak secara gamblang menuliskan bahasa dengan konten seksualitas tetapi pembaca dengan mudah mengasosiasikan susunan huruf yang dibuat oleh kreator. Sesuai dengan konsep konstruksi realitas, pendekatan seperti itu membuat masyarakat untuk berada di tahapan realisme hipotes yaitu kreator mencoba membangun sebuah realitas yang mendekati realitas yang sesungguhnya dan menuju pada pengetahuan yang hakiki. *Keempat*, pasangan Nurhadi_Aldo selalu memosisikan diri sebagai pasangan yang kontra dengan korporasi dan penguasa atau pemerintah. Mereka selalu berada di pihak rakyat, orang tertindas, minoritas atau kelompok yang selama ini termarginalisasi baik oleh pemerintah maupun karena sistem politik dan ekonomi. Selain itu, konsep mengenai bahasa seksualitas adalah sebuah upaya untuk membangkitkan *awareness* dari sebuah gagasan yang ingin disampaikan. *All writing is bored but sex* inilah pendekatan

yang dicoba dibangun karena bahasan *sex* adalah salah satu nilai informasi atau berita yang menarik.

Pada level *sociocultural practice* secara umum, yang disampaikan Edwin terkait tujuan kampanye Nurhadi – Aldo merupakan bagian dari refleksi situasi sosial dan politik yang ada di Indonesia. Setidaknya ada dua hal yang sedang dikritisi oleh mereka. *Pertama*, sosok paslon yang tidak menjawab problem masyarakat. *Kedua*, kondisi masyarakat yang terpolarisasi akibat rentetan peristiwa politik yang terjadi di Indonesia. Pasangan calon Joko Widodo – Ma'ruf Amien & Prabowo Subianto – Sandiaga Uno dua kekuatan politik yang sudah muncul sejak pemilu 2014. Saat itu, Jokowi berpasangan dengan Jusuf Kalla sedangkan Prabowo menggandeng Hatta Rajasa. Munculnya kedua tokoh ini lalu diidentikkan dengan 2 kekuatan yakni Prabowo pro umat Islam sebaliknya Jokowi anti Islam. Selanjutnya, isu-isu yang berkaitan dengan 2 kekuatan ini direproduksi hingga Pilkada DKI Jakarta 2017 yang menampilkan pasangan calon Anies Baswedan – Sandiaga Uno, Agus Harimurti Yudhoyono - Sylviana Murni, serta Basuki Tjahaja Purnama – Djarot Saiful Hidayat. Polarisasi tersebut berlanjut hingga pemilihan presiden tahun 2019.

Keterbelahan masyarakat semakin kuat karena kontestasi politik ini kembali menampilkan sosok Jokowi sebagai petahana dan Prabowo Subianto yang kalah pada pemilu periode sebelumnya. Artinya, kampanye Nurhadi – Aldo ini digunakan sebagai medium untuk mengimbangi dua kekuatan politik yang menyebabkan polarisasi. Kekuatan baru yang dibungkus dalam kerangka humor dan satire inilah sekaligus sindiran bagi kekuatan politik yang ada. Menurut Berger pesan-pesan bernada satire memiliki tujuan untuk mengekspose dan mengkritik kesalahan orang, sehingga sebuah satire selalu memiliki fungsi kritik (Wadipalapa, 2015). Pada riset Rendy Pahrudin Wadipalapa tersebut mengetengahkan pendapat Steven Heller yang menjelaskan teknik pengungkapan sebuah *graphic satire* yakni *in concreli* yakni teknik pengungkapan dengan menggunakan pengkajian yang ganjil, aneh dan absurd. Kedua, *distortion* yakni teknik yang melebih-lebihkan atau hiperbola. Ketiga, *contrast* yakni teknik yang menyajikan hal-hal yang berlawanan, paradoks, maupun ironi. Keempat, *indirection* yakni teknik penyajian dengan menggunakan simbol-simbol, idiom, metafora, parodi atau utopia. Selanjutnya, *surprise* yakni teknik penggunaan logika yang tidak terduga dan mengejutkan.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan penggunaan bahasa seksualitas dan satir yang digunakan pada akun Instagram Nurhadi-Aldo merupakan bentuk ekspresi kejujuran karena

yang merupakan antitesa dari proses pilpres termasuk pasangan calon yang dianggap melupakan esensi dari kontestasi pemilu. Penggunaan bahasa seksual dilakukan secara eksplisit menggunakan teknik tipografi. Pilihan program yang disampaikan pasangan calon fiktif ini juga difokuskan pada tema-tema yang tidak pernah disentuh oleh pasangan calon. Hal ini juga bentuk tekanan dan perlawanan rakyat kepada musuh bersama rakyat, yakni politisi yang makin meninggalkan konstituennya. Oleh sebab itu, dalam postingan Nurhadi-Aldo selalu memosisikan sebagai pihak yang kontra dengan korporasi dan penguasa.

Ucapan Trimakasih

Saya mengucapkan terima kasih Universitas Ahmad Dahlan dan juga Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” yang telah memberikan dukungan dalam proses penelitian dan juga penerbitan jurnal.

Daftar Pustaka

- Achdian, A. (2019, Januari 8). *Tirto*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto.id/coblos-koalisi-tronjal-tronjol-karena-dildo-adalah-kita-ddGp>
- Arianto, B. (2016). Menakar Peran Relawan Politik Pasca Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 58-59.
- BBC. (2019, Januari 8). *BBC Indonesia*. Retrieved from BBC.com: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-46783730>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cholifah, Y. W., & Adrianto, A. E. (2019). Kuasa, Tubuh, dan Tanda dalam Meme Politik Pasangan Fiktif Nurhadi-Aldo pada Pilpres 2019. *MediaTor*, 61-70.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. United Kingdom: Polity Press.
- Fauzan, U. (2014). Analisis Wacana Kritis dari Model Fairclough Hingga Mills. *Jurnal Pendidik*.
- Fikrie, M. (2019, Januari 17). *Beritagar.id*. Retrieved from Beritagar.id: <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/cerita-di-balik-kampanye-satire-nurhadi-aldo>
- Fikrie, M. (2019, Januari 19). *Beritagar.id*. Retrieved from Beritagar.id: <https://beritagar.id/artikel/berita/tim-sukses-dildo-edwin-saya-buzzer-rakyat>

- Fuchs, C. (2017). *Social Media A Critical Introduction*. London: Sage.
- Herdiansah, A. G. (2017). Politisasi Identitas Dalam Kompetisi Pemilu di Indonesia Pasca 2014. *Jurnal Bawaslu*, 169-183.
- Herdiansah, A. G., Junaidi, & Ismiati, H. (2017). PEMBELAHAN IDEOLOGI, KONTESTASI PEMILU, DAN PERSEPSI ANCAMAN KEAMANAN NASIONAL: SPEKTRUM POLITIK INDONESIA PASCA 2014? *Jurnal Wacana Politik*, 61-73.
- Ibrahim, A. S. (2009). *Metode Analisis Teks dan Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jayani, D. H. (2019, Juni 14). *databoks*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/06/14/media-sosial-meningkatkan-polarisasi-politik-di-indonesia>
- Latif, Y., & Ibrahim, I. S. (1996). *Bahasa dan Kekuasaan Politik Wacana di Panggung Orde Baru*. Bandung: Mizan.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory, Fifth Edition*. London: Sage Publications
- Milani, T. M. (2017). *Language and Sexuality*. New York: Oxford University Press.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurita, D. (2018, Desember 7). *Pilpres*. Retrieved from Tempo: <https://pilpres.tempo.co/read/1153072/survei-jokowi-terlibat-percakapan-sensasi-prabowo-nihil-program/full&view=ok>
- Pawestri, T. (2019, Januari 9). *BBC*. Retrieved from BBC Indonesia: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46791722>
- Prajarto, N. (2006). New Media dan Demokrasi: Menimbang Peluang. *Jurnal Sosial dan Ilmu Politik*, 369-382.
- Prasetyo, I. J. (2016). Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan. *Jurnal Komunikasi*, 159-169.
- Rahardi, K. (2009). *Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmiati, D. (2011). SATIRE POLITIK DALAM LAGU "ANDAI KU GAYUS TAMBUNAN". *Interaktif: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Ramadhan, M. F., & Masykuri, R. (2018). Religious Issues Marketing in Indonesia Local Election 2015-2018. *Jurnal Penelitian Politik*, 258.
- Retnawati, E., Suntoro, I., & Nurmalisa, Y. (2015). Pengaruh Media Massa dan Sikap Politik terhadap Partisipasi Politik Siswa dalam Pemilu. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 1-12.

- Rohmadi, M., Sugiri, E., & Nugraheni, A. S. (2014). *Belajar Bahasa Indonesia*. Surakarta: Cakrawala Media.
- Setiawan, R. (2019, Januari 14). *tirto.id*. Retrieved from [tirto.id: https://tirto.id/pendukung-jokowi-berlebihan-jika-anggap-nurhadi-aldo-bikin-golput-deoj](https://tirto.id/pendukung-jokowi-berlebihan-jika-anggap-nurhadi-aldo-bikin-golput-deoj)
- Subiakto, H., & Ida, R. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suhendra, A. (2014). SENJATA BARU DALAM RUANG POLITIK : Konstruksi Sosial Penggunaan Jejaring Sosial Online dalam Pemilihan Kepada Daerah DKI Jakarta 2012. *Jurnal Sejarah dan Budaya*, 1-12.
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial : Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 457-475.
- VoxpopIndonesia. (2019, januari 4). *Voxpop*. Retrieved from [voxpath.id: https://voxpath.id/bincang-bincang-maha-asyik-dengan-kubu-dildo-biar-netizen-mcqueen-yaqueen/](https://voxpath.id/bincang-bincang-maha-asyik-dengan-kubu-dildo-biar-netizen-mcqueen-yaqueen/)
- Wadipalapa, R. P. (2015). Meme Culture & Komedia-Satire Politik: Kontestasi Pemilu Presiden dalam Media Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-18.
- Yustriani, L. (2019, April 4). *Tirto*. Retrieved from [Tirto.id: https://tirto.id/pemilu-2019-polarisasi-medsos-atau-ideologis-dkUq](https://tirto.id/pemilu-2019-polarisasi-medsos-atau-ideologis-dkUq)