

# Gerakan Sosial Politik Meme Pada Media Sosial Instagram Untuk Bali Tolak Reklamasi

I Gede Bhakti Venda Putra<sup>1)</sup>, Bandiyah<sup>2)</sup>, Piers Andreas Noak<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: [bhaktivenda@gmail.com](mailto:bhaktivenda@gmail.com)<sup>1)</sup>, [dyah\\_3981@yahoo.co.id](mailto:dyah_3981@yahoo.co.id)<sup>2)</sup>, [andreasnoak@fisip.unud.ac.id](mailto:andreasnoak@fisip.unud.ac.id)<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

*In a technologically advanced era of political movements, it can use "memes" in social media, one of which is shown by the Balinese People Forum refuse reclamation through the use of memes in Instagram social media accounts. The purpose of this research is to know Motivation, ideology and purpose of Forbali movement to do political movements of social media instagram in the form of meme. This study focused on the Forbali political social movement and Instagram account "Forbali13". The method used is qualitative. data collection is done through interviews and document studies. The theory used rests on framed versions of entman analysis and political propaganda as its supporting theories. The findings of the research mentioned that there are, First, there is a hidden purpose of the meme movement in the second Forbali instagram. In Meme Forbali there is a message conveyed, namely the ideology and motivation of movement through social media used to frame the information and education. penyampain from meme done by framing process method in social media of Instagram.*

**Keywords: Meme, Instagram, Forbali, Netizen, and Posting**

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan informasi yang sangat luar biasa ditandai dengan hadirnya internet dan berbagai media sosial di dalamnya. kemajuan ini telah mampu membawa dunia kepada sebuah era baru, yang menunjukkan komunikasi dan kebutuhan akses informasi menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat

dipisahkan dari kehidupan masyarakat di zaman yang serba modern ini

Kepentingan akan informasi dan komunikasi bisa datang dari mana saja, mulai dari pribadi ataupun kelompok yang nantinya dikembangkan lagi menjadi kebutuhannya masing masing, baik itu dalam bisnis,

pemerintahan, perusahaan ataupun politik itu sendiri. Mendengar kata *Meme* sering sekali pengartiannya yaitu sesuatu yang lucu yang mungkin sering kali kita hadapi dalam kehidupan sehari-hari, objeknya bisa bermacam-macam mulai dari orang lain, kumpulan massa/kelompok, bahkan dari diri sendiri. humor ini pun turut berkembang, Ada fenomena yang cukup unik berkembang di dunia dan terkhusus lagi di Indonesia selama kurun waktu tiga, empat tahun belakangan. Adalah objek berupa "*meme*". *meme* bukanlah sesuatu yang asing lagi bagi pengguna internet "*netizen*". Objek *meme* sudah sering malang melintang di berbagai sosial media

Mirip dengan penyebaran virus (*tetapi dalam hal ini terjadi di ranah budaya*). Berikut kalau ditarik secara kultur dan sejarah asal usulnya. Sedangkan yang berkembang sekarang dan sering kita saksikan di internet dan sosial media itu disebut dengan "*meme comic*" atau ada juga yang menyebutnya dengan internet *meme*. Tokoh-tokoh penemunya adalah Whyne, Matt Oswald. Baik Keduanya diyakini sebagai orang-orang yang mempopulerkan "*meme comic*" ini. Karya-karya mereka yang terkenal masih sering dipakai sebagai bahan untuk *meme* yang dikembangkan oleh-oleh berbagai kalangan di penjuru dunia termasuk di Indonesia. Sedangkan Pada awal, munculnya *meme* dalam sosial media, *meme* hanya dipakai sebagai media melawak/melucu semata, seiring dengan fenomena *meme* yang

semakin populer dan tersebar luas *meme* pun menjadi media komunikasi dalam bentuk gambar digital yang tidak hanya dipakai sebagai untuk melawak/melucu lagi, akan tetapi juga bisa difungsikan dalam penyampaian pesan politik sebuah gerakan sosial.

Di Indonesia sendiri *meme* sebenarnya sudah cukup lama berkembang, awalnya dipopulerkan dalam situs [www.1cak.com](http://www.1cak.com) situs ini sebenarnya masih satu gen dengan [www.9gag.com](http://www.9gag.com) yang terlebih dahulu dikenal di Amerika Serikat. Disebut gen karena apa yang ditawarkanpun sangat mirip, tentunya dengan perbedaan bahasa yang digunakan karena "*1cak*" adalah situs berbahasa indonesia dan memang dikhususkan untuk membuat *meme comic* yang juga berbahasa indonesia, dengan topik-topik yang menjadi realitas di Indonesia. Pada pemilu 2014 misalnya muncul banyak sekali *meme* di situs-situs seperti "*1cak*" ini yang mengangkat topik-topik perpolitikan di Indonesia. Tak tanggung-tanggung foto-foto Capres dan tokoh-tokoh pendukungnya saat itupun banyak yang diplesetkan dengan menaruh *meme*, ditambah dengan tulisan-tulisan dan *tagline* dalam gambar *meme*. Pada era modern yang semakin berkembang adalah sosial media, *meme* ternyata turut hadir didalamnya, menandakan penggunaan *meme* belumlah berakhir. Salah satu adalah dalam sosial media *Instagram*. *Instagram* diklaim telah mencapai 500 juta pengguna di seluruh dunia dan di Indonesia sendiri

menurut Dan Neary "VP Facebook Regional Asia-Pacific" Menyatakan bahwa ada 22 juta jiwa yang aktif menggunakan Media Sosial yang satu ini. Indikator *meme* yang muncul dalam sosial media dan bercampur dalam hiruk pikuk politik menjadi ketertarikan peneliti untuk melihat realitas dibalik penggunaan *meme*.

Aksi Bali Tolak Reklamasi/BTR adalah suatu gerakan sosial politik kelompok masyarakat di Bali yang menolak diadakannya Reklamasi di Wilayah Bali/Prov.Bali. lebih terkhusus gerakan ini sedang fokus kepada isu Reklamasi Teluk Benoa Bali. Terhitung sejak tahun 2012 BTR Terus digemakan. Sedangkan dalam sosial media Instagram akun gerakan ini telah resmi aktif terhitung sejak tahun 2013 dengan *username* @Forbali13. Perihal yang kerap kali diunggah dalam sosial media *Instagram* @Forbali13 adalah informasi mengenai pergerakan Bali Tolak Reklamasi yang didominasi oleh, poster, dokumenasi aksi, dan juga *Meme*.

## KAJIAN PUSTAKA

Sejak awal munculnya dalam masyarakat indonesia. Menilai dari Responnya yang begitu beragam, *meme* pun senantiasa berkembang terbukti dengan lahirnya berbagai *meme* dalam media sosial.

Dengan adanya fenomena sedemikian rupa, penelitian ini juga takkan luput dari beberapa *meme* yang telah "*disukai*" masyarakat, khususnya masyarakat

di Bali mengenai gerakan Bali Tolak reklamasi.

Faktor apa saja yang kiranya mendorong netizen dari bali menyukai *meme* yang lahir dari sebuah gerakan politik di pulau Bali, bagaimana sebenarnya metode, strategi dalam promosi gerakan ini, sampai memutuskan memakai *meme* sebagai salah satu objek dalam menjalankan berbagai aksinya. Penelitian ini akan menjelaskan modus dibalik penggunaannya, serta seberapa efektifnya pergerakan ini. Nantinya dari situ juga kita bisa menilai, apa saja yang telah dicapai gerakan bali tolak reklamasi, dalam sudut pandang mereka dan melihat kiranya, masih mampukah *meme* ini menjadi bahan yang terus akan mereka gunakan kedepanya untuk *support* gerakan ini.

*Meme* dalam penelitian akan ditinjau dari dampak politik yang di timbulkannya, *meme* dipandang tidak hanya sebatas sebagai penyuguh tawa setiap kita menyaksikanya, namun menjadi penting apakah implikasi dari tawa tersebut mampu mempengaruhi sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah kejadian politik. *Meme* dalam media sosial tak lagi bisa dilihat dari dampak negatifnya saja. *meme* juga mampu merangsang kreatifitas, dengan menyaksikan *meme* dalam media sosial, para pengkonsumsinya tidak menutup kemungkinan bisa terinspirasi membuat suatu *meme* ,misalnya tentang berbagai hal dalam fenomena kehidupan sang pencipta baik dari masa kini, lampau, dan akan datang

atau lebih jauh lagi mungkin saja pengkonsumsinya tadi menjadi *creator visual design* yang tentu saja bisa menjadi mata pencahariaanya suatu hari nanti .

Meskipun tergolong fenomena baru untuk penelitian *meme* di indonesia sebenarnya sudah cukup banyak dilakukan, sebagian besar dari jurnal yang peneliti mampu peroleh penelitian menyangkut *meme* yang ada di indonesia masih terbatas hanya kepada studi etnografinya saja (Nugraha, Jurnal ITB, No.04, Desember 2015: 14) Misalnya yang mengkaji juga dalam media sosial instagram di desember 2015. Kajiannya mengenai penyebaran *meme selfie* di instagaram mebuahkan kesimpulan bahwa tujuan dari penyebaran *meme selfie* adalah untuk mengetahui sejauh apa tren yang terjadi ketika itu telah menyebar oleh informanya. Sedikit berbeda penelitian yang dilakukan oleh Rosa Redia (Pusanti, Jurnal KOMPAS, No.02, Oktober 2014: 17) penelitiannya adalah tentang representasi kritik dalam *meme* pada pilpres 2014 dalam media sosial '*path*'. Kajiannya mengambil studi semiotik dengan kesimpulan bahwa, Pesan kritis pada *meme* politik di jejaring sosial "*Path*" digambarkan melalui humor satir yang dimanifestasikan dengan menggunakan tanda visual dan tanda verbal yang dianalisis melalui tiga tipe tanda Peirce yaitu ikon, indeks dan simbol, Ikon melalui format visualnya digunakan untuk menggambarkan objek kritik yang disampaikan *netizen* melauai *meme*. Indeks digunakan untuk menjelaskan

fakta secara deskriptif mengenai suatu peristiwa politik yang berkaitan dengan objek kritik, sedangkan simbol menunjukkan ciri khusus verbal *meme* yaitu berupa penggunaan *argot* serta *vernakular* atau '*bahasa rakyat*' yang juga sering dilengkapi frase-frase satir berupa sindiran yang menarik dan membuat kritik mudah dicerna. Manifestasinya mengenai penggambaran kritik melalui ikon, indeks dan simbol adalah melalui bentuk parodi yang didukung dengan teknik pengolahan gambar secara digital yaitu "*photoshopping*" agar dapat mendukung tema yang diusung yang kemudian dilengkapi dengan teks untuk menggambarkan kritik, penelitiannya menganalisa tanda-tanda yang terdapat dalam *meme* dengan tidak dilakukan pada seluruh tanda yang ada, namun cukup melihat pada tanda-tanda yang digunakan untuk menggambarkan atau mengacu.

Baik kedua penelitian ini memiliki detail yang sangat baik dalam memaparkan kesimpulanya. Tapi akhirnya yang membedakan penelitian peneliti dengan keduanya adalah fokus penelitiannya. Keduanya dari penelitian tadi berfokus hanya terbatas kepada kajian komunikasinya, latar belakang kedua peneliti tersebut adalah mahasiswa ilmu komunikasi, kendati penelitian oleh rosa mencoba menggali kasus dalam pilpres 2014. Peneliti tidak melihat adanya penekanan yang nyata dalam penelitian tersebut menyangkut korelasinya dengan pilpres 2014, melainkan sebatas merupakan kajian semiotika yang dilakukan

dengan sangat baik. Adapun kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah adanya sosial media, pertumbuhannya adalah fenomena *meme* ini sifatnya baru dan pop. Tidak tepat rasanya meneliti tentang *meme* tanpa melibatkan sosial media dan mengingat *meme* adalah gambar digital internet dan sosial media adalah satu-satunya cara dalam menciptakan *meme*.

## **METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Seperti pada tujuannya desain deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke suatu permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, sesuatu, ataupun fenomena tertentu. Lokasi penelitian dalam penelitian ini ialah kota Denpasar/ Kabupaten Badung Bali. Teori Analisis Framing dan Teori Propaganda akan menjadi pisau bedah untuk melihat seberapa besar peluang dari pergerakan lewat media social instagram dan penyebaran konten *meme*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Instagram sebagai medianya tentu sudah merupakan pemilihan paling rasional dan ideal bagi Forbali dalam pembangunan

pergerakan melalui media sosial, instagram sebagai media dari pergerakan akan dikupas dengan teori analisis framing. Instagram adalah media sosial yang sangat populer, sistem sosial di dalam instagram memungkinkan siapa saja menjadi mengikuti akun pengguna lainnya (*Followers*). Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya termasuk *meme*. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Dasar Ideologi yang selalu ditekankan dalam gerakan ini adalah, menjaga alam, dalam menjaga alam, selain melestarikannya, orang Bali diwajibkan untuk turut berjuang jika mana ada pihak-pihak tertentu yang ingin merusak alam, konteksnya adalah bagaimana melihat perjuangan yang dilakukan atas nama alam semesta sudah semestinya dilakukan dengan sukarela, tanpa embel-embel akan mendapat prestasi, investasi, apalagi materi,

Dijelaskan Forbali dalam gerakan yang dilakukan dalam instagram memang

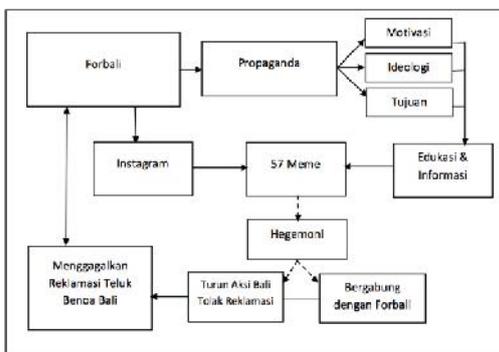
memiliki tujuan khusus pergerakan tidak dilakukan dengan cara yang acak yang menjelaskan semua pergerakan yang dilakukan dalam instagram baik itu *meme*, dll dipastikan berjalan dengan koordinatif. Setiap pergerakan yang dilakukan harus punya tujuan, termasuk lewat *meme*. *meme* adalah gambar digital sehingga tidak mungkin digunakan dalam wadah-wadah lain, selain menggunakan media sosial instagram. dengan inti tujuan yang tetap sama sejalan dengan visi dan misi Forbali, *meme* dalam instagram di rasa cukup efektif, bentuknya ringan juga sederhana, ditambah lagi sebagai media sosial instagram sekarang siapa dimiliki hampir semua kalangan, yang didominasi remaja, target Forbali memang adalah para remaja, yang dianggap salah satu ujung tombak dalam sebuah pergerakan. Nantinya remaja-remaja dibali diharapkan bergabung dan turun dalam Forbali sebagai generasi muda yang melawan.

Pada awalnya Forbali mengakui bahwa penggunaan *meme* dalam instagram hanyalah ide iseng. Akibat dari respon *like* yang didapat dengan jumlah besar, bahkan lebih dari posting-postingan dalam bentuk gambar lainnya, Forbali kemudian melakukan riset hasil yang didapati adalah, *meme* yang pada awalnya dipakai sebagai sarana lucu-lucuan ternyata juga dapat dipakai untuk hal-hal lain semacam pergerakan, mengapa demikian, generasi muda/anak-anak muda dianggap sangat cepat mengalami

kebosanan, seringkali dalam aksi Forbali sebelum-sebelumnya, *volume* dari orang yang berpartisipasi berkurang sedikit-demi sedikit. Kemudian adalah bagaimana Forbali menyikapi dan menjaga motivasi mereka ini ?. akhirnya disepakatilah penggunaan *meme* tersebut, metodenya mereka miliki sendiri, dengan menggunakan sebuah pola yang mereka aplikasikan dalam media sosial instagram, pola tersebut adalah sebelum ada aksi-aksi, biasanya setelah poster ada pemberitahuan tentang tanggal aksi, aksi apa demo, diskusi, dll, *meme* akan diposting setelah poster, atau pamvlet. Berikut adalah data hasil, *like*, jumlah komentar dan komentar dari sampel 10 *meme* terakhir.

Hasil temuan penelitian, telah dengan jelas menjelaskan *meme*, bahwa akun @Forbali13, adalah *meme* yang telah berisikan pesan, pesan yang disampaikan dalam *meme*, bersifat sebuah ajakan, untuk bergabung dalam gerakan Bali Tolak Reklamasi, teori propaganda terbukti telah digunakan dalam penyampaian *meme*, karena dalam *meme* ada pesan yang sifatnya informatif dan edukatif, tujuannya adalah memberikan pencerahan kepada masyarakat akan bahaya reklamasi, dan bagaimana harusnya sikap yang ditunjukkan dalam penolakannya adalah bergabung dalam aksi-aksi Forbali. *Meme* adalah kode yang dikirim dalam kerangka alur berpikir, media instagram bertugas melakukan *framing* pada *meme*, sehingga pesan mampu diserap dan diterima sedemikian rupa baik oleh siapa saja yang

mengakses instagram dengan akun @Forbali13.



Forbali melakukan proses *framing* lewat pemanfaatan media instagram tahap pertama dalam menyusul Framing lewat meme adalah dengan melakukan apa yang disebut dalam teori sebagai *Define problems*(pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai *framing*. Dalam kasus ini elemen ini merupakan *master frame* atau bingkai yang paling utama adalah Meme dalam media sosial Instagram, *meme* dalam instagram adalah yang menekankan bagaimana peristiwa dipahami. Peristiwa yang sama pula sebenarnya dapat dipahami secara berbeda dan bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda. Penggunaan meme dalam instagram dibuat agar memudahkan masyarakat dalam memahami maksud gerakan sosial politik Forbali tujuan utamanya adalah melakukan penolakan demi membatalkan Reklamasi Teluk Benoa Bali. “Yang Forbali ingin digaris bawahi adalah Forbali telah melakukan sebuah upaya,

informasi dan edukasi tentang alam secara akurat dan tepat, alias kita tidak ngurang-ngurangi atau melebih-lebihkan, betul ada pemanfaatann tren *meme* sebagai budaya baru dan penggunaan instagram sebagai media dalam menyampaikan aspirasinya, akan tetapi dalam pandangan Forbali selama itu sah dimata hukum dan tidak ada hukum yang mengatur sebuah gerakan sosial tidak boleh memakai media sosial dan *meme* berarti pergerakan boleh untuk tetap berjalan

Bagian selanjutnya dalam proses *Framming* adalah *Diagnose clause* (memperkirakan penyebab masalah), hal ini digunakan dalam pembuatan bentuk *meme* dari Forbali, dalam teori elemen *framing* merupakan bagian penting untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Pemerintah dan aktor-aktor politik adalah penyebab dari permasalahan reklamasi. Hal ini dilihat penggunaan tema-tema *meme* dalam instagram, yang sebagian besarnya diisi oleh penokohan-penokohan aktor politik atau kebijakan-kebijakan yang dianggap keliru oleh gerakan Forbali. Seperti contoh pada sampel meme yang disertakan gambar Gubernur Bali Mangku Pastika, Menteri Kelautan Republik Indonesia Susi udjiastuti, sampai Mantan Presiden Republik Indonesia ke 6. Susilo Bambang Yudhoyono.

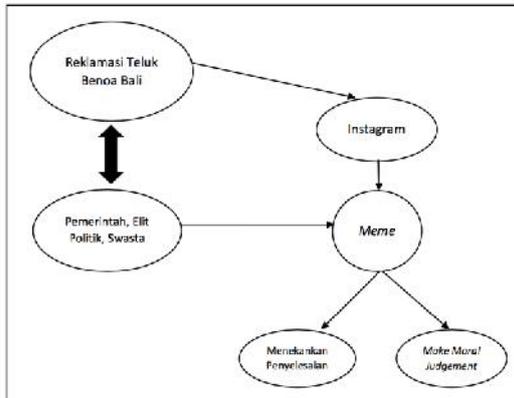
Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang

dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula. Strategi *Framming* yang dilakukan oleh Forbali dalam menyebarkan *meme* didesain simple tujuannya agar mudah dipahami, Forbali rela membagikan hal ini demi dan sebagai bentuk mendukung gerakan-gerakan perlawanan lainnya di Indonesia ini. Kemudian untuk diketahui juga bahwa *meme* yang diposting tidak dilakukan secara acak. Selain daripada itu dari setiap *meme* yang diposting dipastikan akan mampu memberikan, penerangan, paham, sikap, atau arah tindakan tertentu yang berbeda-beda, tergantung kepada berbagai situasi yang terjadi pada masa itu dalam perkembangan teluk yang Forbali perjuangkan. ( Wawancara, Gilang: 25 Mei 2017).

Fungsi dari *meme* sekaligus adalah sebagai *Make moral judgement* (membuat pilihan moral) *meme* dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang *familiar* dan dikenal oleh khalayak. Oleh karenanya dalam *meme* juga

tidak luput dari caption atau pun hashtag yang penggunaannya diperuntukan sebagai penguat dari ide yang terdapat dalam *meme* itu sendiri.

Fungsi dari *meme* adalah mendukung statement dari Forbali itu sendiri, yakni *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Dari sini kita dapat menilai apa yang dikehendaki oleh gerakan Forbali dalam menekankan penyelesaian masalah reklamasi tersebut lantas jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah ? Ketika pemerintah tidak komunikatif, mendegarkan aspirasi dari masyarakatnya, diputuskanlah cara-cara perjuangan seperti demonstrasi kejalan yang lagi-lagi selalu diwartakan terlebih dulu dalam media sosial, instagram juga *meme*. (Wawancara, Gilang: 25 Mei 2017). Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah, bagaimana pemerintah dan aktor politik meyikapi polemik reklamasi teluk benoa, menjadi suatu hal yang penting untuk segera dituntaskan. Harapan yang tertuang dalam pergerakan Forbali tentunya tidak berubah sedikitpun, tuntutan akan pembatalan reklamasi teluk benoa akan terus dilayangkan sampai hal tersebut benar-benar bisa terealisasi.



Instagram adalah bingkai utama pergerakan Forbali dalam media sosial, konten yang dibuat adalah *meme* yang nantinya bertugas sebagai gambar yang menyampaikan wacana penolakan proyek reklamasi, mulai dari membuat siapa yang harus disalahkan, membuat penilaian moral sampai menekankan proses penyelesaian masalah reklamasi.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Instagram dan *meme* memiliki posisi dalam elemen dasar gerakan sosial politik dengan maksud mempropaganda dengan sosial media instagram. Posisi tersebut didapat karena berdasarkan hasil temuan Forbali adalah sebuah kelompok yang bergerak untuk menyebarkan ideologi tentang pembelaan terhadap alam, dengan menolak proyek Reklamasi Teluk Benoa dengan cara memberikan deukasi dan informasi salah

satunya lewat *meme* dalam instaram *Forbali* selalu membawakan materi berdasarkan isu terbaru dalam masyarakat terkait Bali Tolak Reklamasi. Instagram *meme* digunakan sebagai media penyampaiannya lewat pola strategi yang mereka temukan dan tentukan sendiri melalui riset Forbali.

Selanjutnya sebagai tambahan hasil gerakan *meme* dalam instagram Forbali, *meme* mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menyimak sebuah gerakan sosial politik, menyampaikan sebuah *meme* lewat akun Instagram menjadi cara yang terbilang efektif dan ideal Forbali menggunakan *meme* untuk menolak reklamasi teluk benoa dengan pola yang berbeda-beda. Terakhir peneliti menemukan Forbali turut menyisipkan berbagai bentuk emosional dalam *meme* untuk menguatkan pesan yang diharapkan timbul dari adanya *meme* tersebut. Gambaran emosional itu disampaikan dalam bentuk pertama Foto-foto pejabat negara, kebudayaan bali yang tercurangi, dan alat-alat berat tak ramah lingkungan yang akan merusak alam di teluk benoa. Penjelasan dari jawaban penelitian ini dengan menggunakan teori analisis framing dan teori propaganda politik. Pada dasarnya teori berperan dalam menjelaskan secara lebih faktual dan struktur bentuk *meme* yang dijelaskan dalam temuan penelitian. Teori analisis framing berfungsi sebagai acuan peneliti untuk dapat mengategorisasikan *meme* sebagai salah satu bentuk gerakan politik. Sementara teori analisis framing

berfungsi sebagai alat analisis dari gerakan Forbali dalam akun intagramnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ajidarma, S.G (2012). Politik Humor: Antara tawa dan Bahaya. Jakarta: KPG
- Arfanti, W. (2015). If You Know What Happened in MCI: Meme Comic Indonesia, The Biggest Memes Community in Indonesia. Jakarta:Lovable
- Budiarjo, M (2009) Dasar-dasar Ilmu Politik: Edisi Revisi, Jakarta: Gramedia
- Bungin, B. (2013). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana
- Eriyanto. (2012). Analisis Framing. Bantul, Yogyakarta : LKiS Pelangi Aksara
- Jube. (2008). Revolusi Indie. Yogyakarta: Harmoni
- Littlejohn. S dan Foss. (2009). Teori Komunikasi: Theories of Human Communiacation. Jakarta: Salemba Humanika
- Macionis, J.J (2014). Society the basic. Penerbit: Pearson
- Maran. R.R. (2001). Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta: Rineka Cipta
- Nasrullah, R. (2012). Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber. Jakarta: Kencana
- Situmorang, A.W. (2013). Gerakan Sosial: Teori & Praktek. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Simanullang. (2015). Dari Adat Ke Politik. Madura: Pustaka Madura
- Sunarto. (2004).Pengantar Sosiologi. Jakarta: Rineka Cipta
- Sztompka, P. (2007). Sosiologi erubahan Sosial, Jakarta: Prenada Media Group
- Kanter, B dan Fine, A.H (2010). The Networked Nonprofit: Connecting with

social media to drive change. Chicago: Wiley

### Berita :

- Fajrina, H.N (2016)  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>  
Akses., 28 Oktober 2016

### Internet :

- Anonymous, (2013)  
[www.tekno.kompas.com/2016/05/12/akses](http://www.tekno.kompas.com/2016/05/12/akses), 18 Desember 2016
- Anonymous, (2015)  
<https://memegenerator.net/Akses>, 12 Desember 2016
- Anonymous. (2014)  
<http://www.forbali.org/id/tentang-kami/>  
Akses, 28 Desember 2016
- Anonymous. (2014)  
<http://jejakcandra.blogspot.co.id/2014/09/meme-yang-memberi-manfaat-dan-nasehat.html>. Akses, 12 Desember 2016
- Anonymous, (2015)  
<https://www.memecomid.com/artikeldetil/21-sejarah-meme-comic-indonesia>, Akses, 12 Desember 2016.
- Khairul, (2015)  
[www.andikhaerul.co.id/2012/html](http://www.andikhaerul.co.id/2012/html), akses 18 Desember 2016
- Mario, (2012)  
[www.musdeoranje.net/2016/08/html](http://www.musdeoranje.net/2016/08/html), akses 18 Desember 2016
- Rizal. P (2015)  
[www.profil.merdeka.com/indonesia/lulun-g-lunggana/html](http://www.profil.merdeka.com/indonesia/lulun-g-lunggana/html), Akses, 14 Desember 2016
- ### Jurnal & Skripsi :
- Nugraha, A (2014). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM: Institut Pertanian Bogor.  
Fakultas Ilmu Komunikasi.

Pusanti, R.R (2014). Representasi kritik  
dalam bentuk meme. Universitas Sebelas  
Maret. Fakultas Ilmu Sosial

Solomoon, K (2013). INSTAGRAM, KETIKA  
FOTO MENJADI MEDIATOR  
KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DI  
DUNIA MAYA, Universitas Airlangga

