

# REPRESENTASI INFOGRAFIS PINTER POLITIK OLEH GOLONGAN MUDA DI INSTAGRAM MENJELANG PILPRES 2019

Rahma Kusumasari<sup>1</sup>  
Arif Darmawan<sup>2</sup>  
Beta Puspitaning Ayodya<sup>3</sup>

**ABSTRACT.** *Discourse on political infographics of Instagram @interpolitik accounts is accepted, understood, and represented by young people on Instagram through comments posted in the comments column. The comments they present are the result of the visual literacy process carried out by the young group towards political infographics. This qualitative research uses Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis method. Understanding of the young group towards the political message Infographics on Instagram accounts @interpolitik is the result of thoughts about the visual elements and texts contained in infographics. The representation of political dynamics by young people on social media in the comment column explains the reality raised in infographics through utterances of hatred or support. The young group is more enthusiastic in responding to positive political discourse and in accordance with its young soul compared to responding to negative political events, especially those that contain elements of SARA. The interest of the young group towards the search for positive political information aims to finalize their political insights ahead of the 2019 Presidential Election in the midst of political dynamics that have occurred in the 2017-2018 era of the Jokowi-JK administration.*

**Keywords:** infographics, political dynamics, critical discourse analysis of Norman Fairclough, Instagram, 2019 presidential election

**ABSTRAKSI.** Wacana pada infografis politik akun Instagram @pinterpolitik diterima, dipahami, dan direpresentasikan oleh golongan muda di Instagram melalui komentar yang dilayangkan di kolom komentar. Komentar yang mereka layangkan merupakan hasil dari proses literasi visual yang dilakukan golongan muda terhadap infografis politik. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Pemahaman golongan muda terhadap pesan politis Infografis di akun Instagram @pinterpolitik merupakan hasil pemikiran tentang elemen visual dan teks yang dimuat dalam infografis. Representasi dinamika politik oleh golongan muda di media sosial di kolom komentar menjelaskan realitas yang diangkat dalam infografis melalui ujaran kebencian atau dukungan. Golongan muda lebih antusias menanggapi wacana politik bersifat positif dan sesuai dengan jiwa mudanya dibandingkan menanggapi peristiwa politik yang bersifat negatif khususnya yang memuat unsur SARA. Minat golongan muda terhadap pencarian informasi politik yang bersifat positif bertujuan untuk mematangkan wawasan politiknya menjelang Pilpres 2019 di tengah keramaian dinamika politik yang terjadi rentang tahun 2017-2018 era pemerintahan Jokowi-JK.

**Kata kunci :** infografis, dinamika politik, analisis wacana kritis Norman Fairclough, Instagram, pilpres 2019

---

<sup>1</sup> **Rahma Kusumasari, S.I.Kom.**, sarjana Ilmu Komunikasi alumni Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya; surel: [rahmakusumasari@gmail.com](mailto:rahmakusumasari@gmail.com)

<sup>2</sup> **Prof. Dr. Arif Darmawan, SU.**, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya; surel: [arif@untag-sby.ac.id](mailto:arif@untag-sby.ac.id)

<sup>3</sup> **Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A.**, dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya; surel: [beta@untag-sby.ac.id](mailto:beta@untag-sby.ac.id)

## PENDAHULUAN

Gencarnya isu dan peristiwa politik menjelang pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden 2019 (Pilpres 2019) membuat pasangan kontestan politik nomor satu Jokowi – Ma'ruf Amin dan kontestan politik nomor dua Prabowo – Sandi mengalami hambatan untuk menarik simpati golongan muda. Isu dan peristiwa politik tersebut tersebar secara masif di Instagram dan ditampilkan dalam bentuk infografis politik. Golongan muda yang memahami pesan politis pada infografis politik melihat adanya dinamika politik yang tidak sehat diantara kedua kontestan. Hal ini membuat golongan muda harus lebih pintar dalam menelaah informasi politik di Instagram dalam proses memperluas wawasan politik sebelum menentukan pilihan siapa kontestan terbaik yang dipilih untuk memimpin roda pemerintahan Indonesia.

Mengaca pada kesuksesan Jokowi-Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2012 menunjukkan bukti bahwa media sosial adalah *platform* yang efektif untuk kampanye dan edukasi politik. Jokowi-Ahok hanya didukung dua partai yaitu PDIP dan Gerindra, berbanding terbalik dengan pasangan calon pilgub yang lain dengan dukungan dari banyak partai besar. Awalnya dua tokoh ini tidak begitu dikenal publik, popularitasnya melonjak menjelang Pilkada DKI Jakarta 2012 lalu berkat peran media dan media sosial yang memberitakannya. Siti Juhro, pengamat politik dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dalam detik.com 21 September 2012, menyebutkan banyak sekali pemberitaan positif terkait Jokowi. Ia menjadi ikon kesayangan media. Penggunaan internet dan media sosial sebagai sarana kampanye dan medium interaksi telah mengubah komunikasi politik dan marketing politik secara dramatis (Blumler dan Kavanagh, 1999). Poin yang dapat diambil dari kemenangan Jokowi-Ahok adalah strategi mengambil simpati generasi milenial dengan berkampanye positif dan kreatif di media sosial menjadi implikasi pada marketing politik Pilkada dan Pilpres bertahun-tahun mendatang.

Upaya menarik simpatik kaum milenial dipilih karena menurut Djayadi saat dihubungi liputan6.com pada 10 September 2018, data Daftar Pemilih Tetap atau DPT menunjukkan 185 juta pemilih berusia antara 17 – 38 tahun. Jika diprosentasekan sejumlah 55% pemilih generasi milenial atau golongan muda. Sehingga tim sukses kedua pasangan calon wajib memperhatikan suara milenial. Menurut survey *National Centre For Strategic and International Studies* (CSIS) menyatakan bahwa kaum milenial memiliki dua jalur preferensi politiknya yaitu pada Jokowi dan Prabowo. Survey dilakukan di media sosial Instagram, Path, Facebook, dan Twitter. Dari 4 akun tersebut menunjukkan preferensi ke arah Prabowo. Sedangkan di Facebook sejumlah 81,7% generasi milenial memilih Jokowi. Angka 28,6% memilih Prabowo. Dari data tersebut menunjukkan generasi milenial memiliki suara yang dominan di tahun 2019. Jumlah pengguna akun twitter usia muda sebanyak 23,7% memilih Jokowi dengan jumlah 22,5%, memilih Prabowo 24,6%. Pada media sosial Path, 25,8% pengguna memilih Prabowo, 21,6% memilih Jokowi. Sedangkan pada Instagram, dengan total pengguna 54,7% menunjukkan sejumlah 29,6% memilih Prabowo dan 26,5% memilih Jokowi. Dari prosentase ini dapat dilihat bagaimana kubu kedua kontestan berlomba menarik perhatian golongan muda. Upaya menarik simpatik golongan muda dipilih karena menurut Djayadi saat dihubungi liputan6.com pada 10 September 2018, data Daftar Pemilih Tetap atau DPT menunjukkan 185 juta pemilih berusia antara 17 – 38 tahun. Jika diprosentasekan sejumlah 55% pemilih generasi milenial atau golongan muda.

Penulis menemukan satu akun politik di media sosial Instagram dengan nama akun @pinterpolitik. Pinter Politik memiliki *tagline* 'Suara Politik Milenial Indonesia'. Dikutip dari pinterpolitik.com, sesuai dengan *taglinenya*, PinterPolitik ada untuk mengungkap realitas berita politik. Konten-kontennya bertujuan untuk menggebrak berita di balik berita, membongkar politik dibalik politik dengan ulasan yang tajam, berani memihak atau beroposisi, dan ulasan mendalam. Edukasi politik yang disampaikan melalui bentuk infografis politik ini menjadi sarana edukasi politik yang kreatif dan menarik. Dari penelusuran wacana politik oleh peneliti terhadap infografis akun Instagram @pinterpolitik ditemukan dua judul infografis diantaranya Agresi Konservatif Kepada Jokowi dan Jokowi = Dilan ?. Dua infografis tersebut mengangkat wacana berupa kasus yang bersifat positif dan negatif serta terjadi

pada era pemerintahan Jokowi-JK tahun 2017-2018. Reaksi golongan muda pada kolom komentar akun Instagram @pinterpolitik sangat menarik untuk dianalisa sebagai cara untuk mencari tahu bagaimana pemahaman golongan muda terhadap pesan politis pada infografis politik dan representasi dinamika politik golongan muda di Instagram menjelang Pilpres 2019. Hal ini menjadi salah satu cara untuk mengetahui efektifitas pemanfaatan *platform* media sosial Instagram sebagai saluran penelusuran informasi politik untuk menarik simpati golongan muda terhadap penelusuran informasi politik secara mendalam menjelang Pilpres 2019.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Trirachmanto, 2017, menunjukkan adanya representasi pembaca terhadap infografis humor yang diposting di website malesbanget.com (MBDC). Wacana yang diangkat tentang kebebasan gaya hidup tampak juga pada kebebasan pembaca dalam berkomentar berdebat maupun kegiatan *cyber* lainnya di website MBDC. Yang ditunjukkan oleh penelitian ini adalah kesamaan dalam proses analisa wacana kritis dalam sebuah infografis. Penelitian milik penulis berfokus pada menganalisa pemahaman pesan politis dan menjelaskan bentuk representasi golongan muda terhadap dinamika politik di media sosial menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dikutip dari pakarkomunikasi.com, pendekatan Norman Fairclough memiliki 3 tingkatan analisis yaitu : teks; proses produksi dan menerima teks (membuat, menulis, berbicara dan membaca, mendengar, menafsirkan atau biasa disebut praktik diskursif); dan konteks sosial yang lebih besar dimana teks diciptakan dan dikonsumsi.

## **METODE PENELITIAN**

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Awal mula penulis mencari tahu pemahaman golongan muda terhadap pesan politis yang terdapat dalam infografis. Selanjutnya penulis melakukan analisa representasi golongan muda terhadap wacana politik yang terdapat pada infografis di akun Instagram @pinterpolitik menggunakan analisis wacana kritis (AWK) Norman Fairclough. Infografis memuat untaur teks (bahasa) dan visual. Bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya. Analisis tersebut dikenal sebagai analisis wacana kritis karena menggunakan perspektif kritis (Eriyanto, 2006:6). Untuk memantapkan analisa wacana kritis pada infografis politik @pinterpolitik di Instagram berjudul Agresi Konservatif Kepada Jokowi dan Jokowi = Dilan ?, penulis melakukan studi konsep AWK pada infografis @pinterpolitik. Konsep AWK secara umum adalah : Wacana, kritis, ideologi & kekuatan, dan asumsi. Setelah dinyatakan bahwa infografis berjudul Agresi Konservatif Kepada Jokowi dan Jokowi = Dilan ? adalah layak untuk dianalisa dengan konsep AWK. Langkah selanjutnya penulis menganalisa lebih spesifik infografis tersebut tentang kasus atau fenomena yang diangkat dalam infografis menggunakan prinsip AWK Ruth Wodak dan Norman Fairclough. Konsep dan prinsip AWK memiliki korelasi dalam membentuk pengetahuan, identitas, dan reaksi sosial. Hingga tercipta pandangan terhadap suatu realita dan mendorong pembaca melakukan tindakan sosial. Setelah melakukan analisa selanjutnya membuat kesimpulan hasil penelitian.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

**Tabel 1.** Infografis politik akun Instagram @pinterpolitik

<p><b>Agresi Konservatif kepada Jokowi</b> Konservatisme adalah ideologi yang mendukung berjalannya kemapanan tradisi, hierarki, dan otoritas. (Andrew Heywood, 2012, Political Ideologies).</p> <p><b>Mei 2014:</b> Insidensi radikal Islam kembali meningkat akibat dengan tuduhan terorisisme.</p> <p><b>Oktober 2014:</b> Maksi Islam Pancasila &amp; Pancasila sebagai Prinsip dasar perkolongikan Islam.</p> <p><b>Oktober 2014:</b> Jokowi Blasting anti-LGBT melalui media, ceramah-macam-macam LGBT dan berkehadapan akan ke teroris.</p> <p><b>Mei 2017:</b> Insidensi radikal Islam kembali meningkat akibat dengan tuduhan terorisisme.</p> <p><b>Juni 2017:</b> Insidensi radikal Islam kembali meningkat akibat dengan tuduhan terorisisme.</p> <p><b>Oktober 2017:</b> Aksi Jokowi Anti &amp; disubstitusikan dengan perayaan anti-Party Komunis Indonesia, 20.10.2017.</p> <p>Sumber: Berbagai Sumber - YTA  <a href="http://pinterpolitik.com">pinterpolitik.com</a>   <a href="https://www.instagram.com/pinterpolitik">pinterpolitik</a>   <a href="https://www.facebook.com/pinterpolitik">pinterpolitik</a>   <a href="https://www.youtube.com/channel/UCpinterpolitik">pinterpolitik</a></p>	<p><b>Jokowi = Dilan?</b></p> <p>Aksi touring motor Jokowi di Sukoharjo hingga Pabelan Rta, Jawa Barat menjadi perhatian.</p> <p><b>Dilan:</b> Dilan adalah sosok figur yang baru dan sukses Indonesia yang konservatisme hingga Rp 1 juta.</p> <p><b>Makan:</b> Chiken, Kebab, Lado Rp 100.000 yang sudah dimakan. Dilarang sampai Rp 100 juta.</p> <p><b>Jalan:</b> Jalan tol, Jalan tol Rp 2.000 juta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aksi yang dilakukan sepanjang 10 km</li> <li>• Touring Aksi oleh puluhan orang</li> <li>• Dilan adalah Menteri PUPR dan Wakil Gubernur Provinsi Jawa Tengah, dan Wakil Staf Eksekutif Menteri</li> <li>• Touring dilakukan untuk menginspirasi orang-orang</li> </ul> <p>Sumber: Berbagai Sumber - YTA  <a href="http://pinterpolitik.com">pinterpolitik.com</a>   <a href="https://www.instagram.com/pinterpolitik">pinterpolitik</a>   <a href="https://www.facebook.com/pinterpolitik">pinterpolitik</a>   <a href="https://www.youtube.com/channel/UCpinterpolitik">pinterpolitik</a></p>
<p align="center"><b>Infografis 1</b> Diposting : 31 Desember 2017 Jumlah Like : 277 Jumlah Komentar : 7</p>	<p align="center"><b>Infografis 2</b> Diposting : 09 April 2018 Jumlah like : 2.423 Jumlah komentar : 132</p>

Dari kedua infografis tersebut dapat diuraikan bahwa pemahaman pesan politis terhadap infografis politik akun Instagram @pinterpolitik dan representasi golongan muda terhadap dinamika politik di media sosial Instagram adalah sebagai berikut :

1. Wacana

Bentuk teks dan visualisasi yang ditampilkan pada infografis mempresentasikan maksud dan tujuan dari Pinter Politik yang ingin mendukung generasi muda tentang wacana politik dan dinamikanya. Sesuai dengan *tagline* suara politik milenial Indonesia, Pinter Politik benar-benar mengemas infografis dengan begitu sistematis dan menarik. Memudahkan pembaca memahami dinamika politik yang ditampilkan dalam infografis.

2. Kritis

Hasil analisa pada konsep wacana menggambarkan kasus negatif dan kasus positif dapat dinilai berbeda oleh sudut pandangan golongan muda. Kasus yang dianalisa penulis merupakan kasus yang memiliki kaitan terhadap politik Pilpres. Kasus tersebut menggambarkan jatuh dan naiknya citra Jokowi sebagai petahana. Terlepas dari petahana yang naik turun citranya akibat tersandung isu konservatif dan mengikuti gaya pakaian karakter Dilan dalam kunjungan kerjanya, dari sudut pandang golongan muda infografis yang memuat pesan positif lebih banyak diminati untuk dipelajari atau direspon daripada infografis yang memuat pesan negatif atau memiliki kecenderungan perlawanan yang menjatuhkan secara terbuka.

3. Ideologi dan Kekuatan

Ideologi yang ditampilkan pada infografis pertama adalah ideologi keislaman yang kuat. Ideologi tersebut menguat dengan adanya aksi-aksi yang digelar untuk menuntun suatu kebijakan yang dijalankan oleh pemerintah Era Jokowi-JK. Sedangkan pada infografis kedua menggambarkan bagaimana

nasionalisme tetap dapat ditunjukkan dengan cara-cara yang disukai oleh anak muda. Tetap produktif dengan gaya masing-masing anak muda. Dari dua infografis tersebut muncul perbandingan ideologi yang dapat menarik simpati generasi muda. Mereka yang berkomentar memandang ideologi yang nasionalis positif lebih menyenangkan untuk diikuti dan membawa pada gaya komentar yang optimis membangun.

#### 4. Asumsi

Asumsi yang merupakan tingkatan akhir dalam memahami pesan politis digambarkan dengan pemaknaan terhadap simbol, gambar, dan teks yang ada di dalam infografis akun Instagram @pinterpolitik. Asumsi negatif dan positif tergantung pada pemaknaan tiap individu terhadap apa yang dilihat dan diketahui.

Berikut hasil analisa penulis terhadap infografis dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough :

### 1. Infografis Agresi Konservatif Kepada Jokowi

Unsur	Representasi	Relasi	Identitas
<b>Teks Verbal</b>	Visualisasi dan teks menunjukkan bahwa Jokowi sangat strategis mendapat penyerangan dengan topik SARA. Kelompok konservatif mengancam Jokowi sejak awal menjabat hingga akhir masa jabatannya.	Relasi antara Jokowi dengan kelompok islam radikal tergambar tidak baik. Media begitu detail meliput rangkaian peristiwa yang mengancam Jokowi.	Latar belakang Jokowi tetap melekat dan serangan konservatif akan terus terjadi untuk menjatuhkan Jokowi.
<b>Teks Visual</b>	Ilustrasi ekstrim tampil pada infografis salah satunya simbol palu dan celurit. Yang menyimpulkan bahwa agresi konservatif tersebut bertujuan untuk menyerang Jokowi yang memiliki latar belakang historic dengan PKI.		
<b>Praktik Diskursif</b>	Komentar-komentar dilayangkan oleh netizen yang merupakan generasi muda mengandung unsur sindiran dan dukungan tersirat dan tersurat. Antar komentar tidak ada tanggapan yang aktif saling menanggapi komentar satu sama lain. Interpretasi yang dihasilkan dan ditunjukkan dalam komentar tidak terlihat serius dan membentuk pemahaman generasi muda terhadap dinamika politik yang terjadi di era pemerintahan Jokowi pada fokus kasus konservatif yang menyerang personal Jokowi.		
<b>Praktik Sosial</b>	Efek selanjutnya dari wacana yang telah ditampilkan menimbulkan rekasi opini dan penilaian yang beragam.		

### 2. Infografis Jokowi = Dilan ?

Unsur	Representasi	Relasi	Identitas
<b>Teks Verbal</b>	Kesan jiwa muda yang ditampilkan Jokowi pada kunjungannya di Sukabumi merepresentasikan anak muda yang semangat bekerja dan tetap kekinian.	Media sebagai relasi terdekat Jokowi pun sampai detail mengulas apa saja yang dikenakan Jokowi pada saat itu.	Gaya anak muda yang kekinian menjadi satu bentuk pengalihan menarik simpati generasi muda dengan cara yang lebih sesuai dengan jiwa anak muda. Hal ini tentu berpengaruh terhadap identitas Jokowi sebagai Presiden dan sebagai petahana yang akan kembali melaju pada Pilpres 2019.
<b>Teks Visual</b>	Ilustrasi yang dibuat mirip dengan poster kartun film Dilan 1991 ini sangat menarik		

	banyak perhatian pengikut akun Instagram @pinterpolitik. Setelan kekinian jaket denim custom, motor Chooper, dan sepatu Vans menjadi gaya yang menarik untuk menyita perhatian anak muda. Kerja dan bergaya kekinian. Menyimbolkan produktivitas dan meingkatkan citra Jokowi sebagai petahana yang milenial.
<b>Praktik Diskursif</b>	Banyak komentar yang menyatakan keheranan karena gaya pakaian Jokowi yang milenial
<b>Praktik Sosial</b>	Masing-masing berkomentar tentang gaya Jokowi yang milenial. Walaupun ada maksud kunjungan kerja dalam teks verbal infografis, dominasi komentar pengikut bukanlah pada kunjungan kerjanya, melainkan pada konsep Dilan yang melekat pada Jokowi saat itu.

## KESIMPULAN

Bentuk pemahaman pesan politis sesuai konsep AWK secara umum dan prinsip AWK Ruth Wodak dan Norman Fairclough adalah sebelum terbentuk representasi terhadap suatu dinamika politik di media sosial terdapat satu alat yang disebut infografis dengan muatan konten politik yang diproduksi oleh redaksi Pinter Politik dengan tujuan memberikan gambaran dan pemahaman tentang kasus/fenomena, pesan politis, dan dinamika politiknya. Adanya infografis politik akun Instagram @pinterpolitik dengan judul Agresi Konservatif Kepada Jokowi dan Jokowi = Dilan ?, menjadi alat untuk edukasi kepada penikmat wacana khususnya golongan muda di Instagram agar lebih mampu memahami bagaimana dinamika politik yang dialami pemerintahan era Jokowi – JK selama 2017-2018 di Instagram menjelang Pilpres 2019. Dari analisa konsep dan prinsip diketahui bahwa penikmat wacana mengalami proses masuknya pengetahuan yang menghasilkan pemaknaan atau interpretasi. Bentuk representasi dinamika yang ditunjukkan golongan muda terhadap dinamika politik di media sosial Instagram bergantung pada bentuk kasus yang mereka ketahui dan mereka pahami. Hasil pengetahuan dan pengalaman yang didapat dari literasi visual mereka diketahui hasilnya bahwa golongan muda yang aktif bermain Instagram khususnya pengikut golongan muda pada akun Instagram @pinterpolitik begitu antusias merespon kasus/fenomena yang sifatnya positif menjelang Pilpres 2019. Kebutuhan akan informasi politik positif oleh golongan muda di media sosial Instagram sebagai harapan dinamika demokrasi Indonesia menjelang Pilpres 2019 bisa menjadi lebih baik dan menjadi salah satu pola edukasi politik yang mencerdaskan golongan muda menghadapi Pilpres 2019. Saran bagi Pinter Politik untuk menambah konsep sajian infografis dengan warna berbeda contohnya dibuat humor agar tidak selalu terlihat serius infografisnya. Saran bagi penikmat wacana adalah juga membaca artikel yang mengulas tentang infografis terkait di website pinterpolitik.com. Agar pemahaman terhadap pesan politik infografis dapat dipresentasikan dengan baik ketika beradu argumen di kolom komentar agar mampu menciptakan budaya berkomunikasi yang baik perihal pembahasan politik di Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Taufan, A. Muhammad Taufan. (2014, Oktober). Representasi Politik Opini Publik Terhadap Pemilukada Sumatera Barat 2010 pada Koran Singgalan dan Program Sumbar Satu. *Jurnal Komunikasi*, 9, 33-48.
- Akbar, Idil. (2016, April). Pilkada Serentak Dan Geliat Dinamika Politik Dan Pemerintahan Lokal Indonesia. *Cosmogov*, 2.
- Akmaliyah, Nisrina. (2018). *Pesan-Pesan Politis Di Balik Postingan Humor Akun Instagram @aganharahap*. Skripsi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Surabaya.

- Wanma, Alex Victor. (n.d.). *Pentingnya Pendidikan Politik Generasi Muda Terhadap Pelaksanaan Partisipasi Politik di Distrik Samofa Kabupaten Biak Numfor*. UNISRAT, FISIP - Ilmu Pemerintahan.
- Iskandar, Dadi Junaedi. (2015, Desember). Demokrasi, Otonomi dan Fenomena Politik Dinasti Pada Pilkada di Era Reformasi. *Jurnal Ilmu Administrasi*, XII, 529-548.
- Gazali, Effendi. (2004, Juli). Interaksi Politik dan Media : Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8, 53-74.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Saptodewo, Febrianto. (2014, Mei). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 1, 163-218.
- Foss, S. W. (Ed.). (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 2* (01 ed.). Jakarta: Kencana.
- Siagian, Haidir Fitra. (2015, Desember). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Al-Khitabah*, II, 17-26.
- Irwani Dwi Arianto, Yudiana Indriastuti. (2018). Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur*, 1.
- Istania, R. (2009). *Dinamika Politik Lokal*. Jakarta.
- Taufik, Mohamad. (2012, November). Infografis Sebagai Bahasa Visual Pada Surat Kabar Tempo. *Techno.COM*, 11, 156-163.
- Muthiah Nurul Miftah, Edwin Rizal, Rully Khairu Anwar. (2016, Juni). Pola Literasi Visual Infografer Dalam Pembuatan Informasi Grafis (Infografis). *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4, 87-94.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (01 ed.). Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Pradopo, Rachmad Djoko. (1998). Semiotika : Teori, Metode, dan Penerapannya. *Humaniora*, 07.
- Pasorong, Rasti. (2017). *Representasi Kritik Sosial Terhadap Kebijakan Jokowi Dalam Komik Instagram (Poliklitik)*. Skripsi, Universitas Hasanuddin, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- K, Septian Santana. (2010). *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Trirachmanto, Septian. (2017). *Kajian Infografis Humor Malesbanget.com (Analisis Wawancara Kritis Norman Fairclough)*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Fakultas Seni Rupa. Yogyakarta: UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Tereni Andriyani, Sofia Zahra, dan Dian Daru Swasti. (2017). Gambaran Pola Identifikasi Generasi Milenial Dalam Memilih Tokoh Politik Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi : Kajian Empiris & Non-Empiris*, 3, 69-81.
- Fauzan, Umar. (2014). Analisis Wacana Kritis Dari Model Fairclough Hingga Mills. *Jurnal Pendidik*, 1.
- Utomo, Wisnu Prasetya. (2013, Juli). Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia : Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17, 67-84.
- Octafitria, Yovita. (2016). *Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kaum Muda*. Artikel Jurnal, Universitas Indonesia, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Depok.

Dari Internet :

- Artikelsiana. (2018). *Pengertian Representatif, Proses, Contoh & Representasi Menurut Para Ahli*. Retrieved Februari, 7, 2019, from: <http://www.artikelsiana.com/2018/01/pengertian-representatif-representasi-menurut-para-ahli-proses-contoh.html>
- Efendi, Mahyudi. (2017, Maret 8). *Suara Indonesia Untuk Perubahan*. Retrieved September 26, 2018, from SIPerubahan: <http://www.siperubahan.com>
- Nurchayadi. (2018, April 2). Retrieved Oktober 3, 2018, from Digilib ISI: <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/3018>

(Pakar Komunikasi). Retrieved Oktober 21, 2018, from p: <http://www.pakarkomunikasi.com>

Pelajaran. (2018). *Pengertian Representatif, Proses, Contoh & Representasi Menurut Para Ahli Lengkap*. Retrieved Februari, 7, 2019, from: <https://www.pelajaran.id/2018/28/pengertian-representatif-dan-proses-terjadinya-representasi-menurut-para-ahli.html>

R17. (2017, Desember 29). *Pinter Politik*. Dipetik November 14, 2018, dari <https://pinterpolitik.com/jokowi-masih-dikeroyok-konservatisme/>

Wuryanta, AG. Eka Wenats. (n.d.). Retrieved Oktober 31, 2018, from ResearchGate: <https://www.researchgate.net/publication/326273174>