REPRESENTASI DAN INTERPRETASI FENOMENA *HYPERDEMOCRACY* DI RUANG VIRTUAL: KAJIAN SEMIOTIK PRAGMATIK KASUS MEME COVID 19 DI INDONESIA

DISERTASI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Doktor Linguistik

Oleh

Prapti Wigati Purwaningrum
NIM 1906647

PROGRAM STUDI PROGRAM STUDI
LINGUISTIK SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022

Prapti Wigati Purwaningrum, 2022
REPRESENTASI DAN INTERPRETASI FENOMENA HYPERDEMOCRACY DI RUANG VIRTUAL: KAJIAN SEMIOTIK PRAGMATIK KASUS MEME COVID 19 DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia |repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

REPRESENTASI DAN INTERPRETASI FENOMENA *HYPERDEMOCRACY* DI RUANG VIRTUAL: KAJIAN SEMIOTIK PRAGMATIK KASUS MEME COVID 19 DI INDONESIA

Oleh
Prapti Wigati Purwaningrum

Sebuah Disertasi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Doktor Linguistik (Dr) Pada Sekolah Pascasasarjana
Universitas Pendidikan Indonesia

©Prapti Wigati Purwaningrum
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Disertasi ini tidak boleh diperbanyak seluruhya atau sebagian, dengan
dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN DISERTASI

PRAPTI WIGATI PURWANINGRUM

REPRESENTASI DAN INTERPRETASI FENOMENA *HYPERDEMOCRACY* DI RUANG VIRTUAL: KAJIAN SEMIOTIK PRAGMATIK KASUS MEME COVID 19DI INDONESIA

disetujui dan disahkan oleh panitia disertasi

Promotor

Prof. Dr. Aceng Ruhendi Saifullah, M.Hum
NIP: 195608071980121001

Kopromotor

Dadang Sudana, M.A., Ph.D
NIP. 196009191990031001

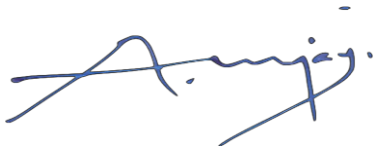
Penguji

Wawan Gunawan, M.Ed., Ph.D.
NIP. 197209162000031001

Penguji

Prof. Dr. Syihabuddin, M.Pd
NIP. 196001201987031001

Penguji



Prof. Dr. Adiwijaya, M.Si
NIP. 00740046

Mengetahui,
Ketua Program Studi Linguistik Sekolah
Pascasarjana Universitas Pendidikan
Indonesia,

Wawan Gunawan, M.Ed., Ph.D.
NIP. 197209162000031001

REPRESENTASI DAN INTERPRETASI FENOMENA *HYPERDEMOCRACY* DI RUANG VIRTUAL: KAJIAN SEMIOTIK PRAGMATIK KASUS MEME COVID-19 DI INDONESIA

ABSTRAK

COVID-19 sebagai isu global telah menarik perhatian dan menimbulkan kontroversi, khususnya dalam penanganan COVID-19 di Indonesia. Sejak merebaknya COVID-19, berbagai pro dan kontra muncul sebagai tanggapan atas langkah pemerintah yang dianggap tidak adil oleh sebagian kalangan. Posisi relasi kuasa publik tampak semakin dominan, hal ini menunjukkan munculnya fenomena hiperdemokrasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menelusuri bukti-bukti linguistik yang menunjukkan fenomena *hyperdemocracy* di ruang virtual. Penelitian ini merupakan studi kasus menggunakan tanggapan pembaca terhadap isu langkah pemerintah di masa pandemi COVID-19 yang dikonstruksi dalam bentuk meme oleh media sosial. Data penelitian ini berupa meme dan tanggapan warganet dari akun instagram @fakartun. Penelitian kualitatif ini bertumpu pada teori semiotik Peirce, pendekatan CMDA Herring, relasi kuasa dari perspektif Foucault, dan gejala *hyperdemocracy* dari Welch. Hasil analisis menunjukkan partisipasi, kebebasan berekspresi, dan relasi yang mewujud dalam bentuk dialog antara penanggap dan media sosial, penanggap dan sumber informasi, dan sesama penanggap. Penanggap cenderung mendukung tanda dan makna yang dibangun oleh media sosial yang memaknai informasi tentang langkah pemerintah di masa pandemi COVID-19 sebagai bentuk pembiaran, lepas tanggung jawab, dan cenderung menguntungkan kepentingan para pelaku usaha. Banyak tanggapan kasar cenderung menghina, mengejek diarahkan kepada pemerintah dan penanggap lain yang dianggap berseberangan. Perdebatan terjadi antara penanggap dan media sosial, dan antarsesama penanggap yang terus berlanjut hingga terjadi perluasan topik perdebatan. Situasi tersebut mengindikasikan terjadinya proses semiosis "getok tular". Hal ini didukung oleh faktor konteks media sosial yang ramah dan faktor konteks situasi komunikasi yang leluasa untuk berinteraksi. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa saat ini semua orang dapat mengakses, menulis, membaca, dan memperoleh pengikut yang sepemahaman. Dengan demikian pelan-pelan kepakaran akan "kalah benar" dibandingkan dengan seseorang yang memiliki banyak pengikut atau *follower* (kejatuhan media). Hal ini menunjukkan bahwa publik tampak semakin dominan. Beberapa fenomena di atas dapat dijadikan indikator gejala *hyperdemocracy* yang sedang berlangsung di media sosial.

Keywords: Tanda, Makna, Semiotik, *Hyperdemocracy*, Instagram, COVID-19

REPRESENTATION AND INTERPRETATION OF THE HYPERDEMOCRACY PHENOMENON IN THE VIRTUAL SPACE: PRAGMATIC SEMIOTICS STUDY OF A CASE OF THE COVID-19 MEME IN INDONESIA

Abstract

COVID-19 as a global issue has attracted attention and caused controversy, especially in the handling of COVID-19 in Indonesia. Since the outbreak of COVID-19, various pros and cons have emerged in response to the government move. It is considered unfair by some. The position of public power relations appears to be increasingly dominant, it shows the emergence of the hyper-democracy phenomenon. The purpose of this study is to explore linguistic evidence that shows the phenomenon of hyper-democracy in virtual space. This research is a case study using reader responses to the issue of government measures during the COVID-19 pandemic constructed in the form of memes by social media. This research data is in memes and citizen responses from the @fakartun Instagram account. This qualitative research used semiotic theory from Peirce, CMDA approach from Herring, power relations from Foucault, and hyperdemocracy phenomenon from Welch. The results of the analysis show participation, freedom of expression, and relationships that manifest in the form of a dialogue between responders and social media, responders and information sources, and fellow responders. Responders tend to support signs and meanings built by social media that interpret information about government steps during the COVID-19 pandemic as a form of neglect, escaping responsibility, and tending to benefit the interests of business actors. Many harsh responses tend to be insulting, mockingly directed at the government and other responders who are considered as opposing. Debates took place between responders and social media and among fellow responders continued until there was an expansion of the topic. This situation indicates the occurrence of a getok-tular semiosis process. It was supported by the context of social media and the context of the communication situation that is free to interact. Based on these findings, this study concludes that recently everyone can access, write, read, gain like-minded followers. Thus, the expertise will slowly "lose right" compared to someone who has a lot of followers or followers (the fall of the media). It shows that the public seems increasingly dominant. Some of the phenomena above can be indicators of ongoing hyper-democracy symptoms on social media.

Keywords: *Sign, Meaning, Semiotic, Hyperdemocracy, Instagram, COVID-19 Memes*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL…… i
HALAMAN PENGESAHAN…… ii
HALAMAN PERNYATAAN PLAGIARISME…….. iii
UCAPAN TERIMA KASIH…….. iv
ABSTRAK…….. v
ABSTRACT……... vi
DAFTAR ISI…….. vii
DAFTAR TABEL…….. viii
AFTAR GAMBAR……..... ix
DAFTAR LAMPIRAN…… x
BAB I PENDAHULUAN……..... 1
1.1 Latar Belakang Penelitian……... 1
1.2 Rumusan Masalah……... 5
1.3 Tujuan Penelitian…… 6
1.4 Manfaat Penelitian Atau Signifikansi Penelitian…..……..... 6
1.4.1 Manfaat Teoretis……... 7
1.4.2 Manfaat Praktis…… 7
1.5 Struktur Organisasi Disertasi ……..…..... 7
1.6 Definisi Operasional…… 8
BAB II KAJIAN PUSTAKA……... 11
2.1 Kerangka Teori...……..... 11
2.1.1 Semiotik……... 11
2.1.1.1 Teori Semiotik Ferdinand De Saussure…… 11
2.1.1.1.1 Perkembangan Semiotika Saussure……..... 11
2.1.1.1.2 Pemikiran Saussure..... 12
2.1.1.2 Teori Semiotik Charles Sanders Peirce……. 14
2.1.1.2.1 Perkembangan Semiotika Peirce..... 15
2.1.1.2.2 Pemikiran Peirce..... 15
2.1.1.3 Teori Semiotik Barthes..... 21
2.1.1.3.1 Konotasi dan Metabahasa..... 21
2.1.1.3.2 Mitologi dan Ideologi..... 22
2.1.1.3.3 Penelitian Sistem Semiotika..... 23
2.1.1.3.4 Sistem Objek sebagai Sistem Sekunder..... 24
2.1.2 Demokrasi..... 28
2.1.2.1 Definisi Demokrasi..... 28
2.1.2.2 Perkembangan Demokrasi..... 29
2.1.2.3 Demokratisasi di Ruang Virtual..... 31
2.1.3 Konteks Wacana Interaktif di Media Sosial Instagram..... 32
2.1.3.1 Media Sosial..... 33
2.1.3.1.1 *Instagram*..... 34
2.1.3.2 *Meme*..... 34
2.1.3.2.1 Definisi *Meme*..... 34

2.1.3.2.2 Perkembangan *Meme*..... 37
2.1.4 Gejala *Hyperdemocracy*: Media..... 39
2.1.4.1 Kebangkitan Objektivitas Media..... 40
2.1.4.2 Kejatuhan Objektivitas Media..... 41
2.1.5 Model Analisis Buhler..... 46
2.1.6 Konsep Proposisi..... 47
2.1.6.1 Proposisi Mendukung..... 48
2.1.6.2 Proposisi Membantah..... 48
2.1.6.3 Proposisi Samar atau Ambigu..... 48
2.1.7 Teori Emoji..... 48
2.1.7.1 Fungsi Fatis..... 49
2.1.7.2 Fungsi Emosi atau *Emotive Function*..... 49
2.1.8 Computer Mediated Discourse Analysis (CDMA)..... 53
2.1.8.1 Faktor Konteks Media..... 54
2.1.8.2 Faktor Konteks Situasi Komunikasi..... 56
2.1.9 Relasi Kekuasanaan (Foucault)..... 57
2.2 Kajian Pustaka..... 61
2.2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan..... 61
2.2.2 Posisi Teoretis Peneliti..... 80
2.3 Model Konseptual..... 82
BAB III METODE PENELITIAN..... 84
3.1 Pendekatan Penelitian..... 84
3.2 Data dan Sumber Data..... 85
3.2.1 Data Penelitian..... 85
3.2.2 Sumber Data Penelitian..... 93
3.3 Prosedur Penelitian..... 95
3.3.1 Prosedur Pengumpulan Data..... 95
3.3.2 Prosedur Analisis Data..... 96
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN..... 104
4.1 Temuan Penelitian..... 104
4.1.1 Representamen, Objek, dan Interpretant..... 104
4.1.1.1 Perumusan dan Penyusunan Undang-Undang di masa Pandemi COVID-19..... 104
4.1.1.1.1 Representamen..... 105
4.1.1.1.2 Objek..... 105
4.1.1.1.3 Interpretant..... 106
4.1.1.2 Wacana *New Normal* Di masa Pandemi COVID-19..... 107
4.1.1.2.1 Representamen..... 108
4.1.1.2.2 Objek..... 108
4.1.1.2.3 Interpretant..... 109
4.1.1.3 Penyaluran Dana Bansos di Masa Pandemi COVID-19..... 111
4.1.1.3.1 Representamen..... 111
4.1.1.3.2 Objek..... 112
4.1.1.3.3 Interpretant..... 112

4.1.1.4 Investasi Di masa Pandemi COVID-19..... 114
4.1.1.4.1 Representamen..... 114
4.1.1.4.2 Objek..... 114
4.1.1.4.3 Interpretant..... 115
4.1.1.5 Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ)
Di masa Pandemi COVID-19..... 117
4.1.1.5.1 Representamen..... 117
4.1.1.5.2 Objek..... 118
4.1.1.5.3 Interpretant..... 118
4.1.1.6 Data 6 Larangan Mudik di Masa Pandemi COVID-19..... 120
4.1.1.6.1 Representamen..... 120
4.1.1.6.2 Objek..... 120
4.1.1.6.3 Interpretant..... 121
4.1.2 Interpretasi Publik terhadap Representasi Tanda Verbal dan Nonverbal..... 122
4.1.2.1 Tanggapan penanggap terhadap langkah pemerintah di masa pandemi COVID-19 cenderung mendukung, membantah, dan samar atau ambigu..... 123
4.1.2.1.1 Perumusan dan Penyusunan Undang-Undang (Mendukung, Membantah, Ambigu)..... 123
4.1.2.1.2 Wacana New Normal (Mendukung, membantah, Ambigu)..... 126
4.1.2.1.3 Penyaluran Dana Bansos (Mendukung, Membantah, Ambigu)..... 130
4.1.2.1.4 Investasi (Mendukung, Membantah, Ambigu)..... 132
4.1.2.1.5 Pembelajaran Jarak Jauh (Mendukung, Membantah, Ambigu)..... 135
4.1.2.1.6 Larangan Mudik (Mendukung, Membantah, Ambigu)..... 138
4.1.2.2 Fungsi Emoji Dalam Tanggapan Penanggap Terhadap Langkah Pemerintah di Masa Pandemi COVID-19..... 141
4.1.2.2.1 Perumusan dan Penyusunan Undang-Undang (Fungsi Fatis dan Fungsi emosi)..... 142
4.1.2.2.2 Wacana New Normal (Fungsi Fatis dan Fungsi emosi)..... 147
4.1.2.2.3 Penyaluran Dana Bansos (Fungsi Fatis dan Fungsi Emosi)..... 154
4.1.2.2.4 Investasi (Fungsi Emosi dan Fungsi Emosi)..... 159
4.1.2.2.5 Pembelajaran Jarak Jauh (Fungsi Fatis dan Fungsi Emosi)..... 161

4.1.2.2.6 Larangan Mudik.
(Fungsi Fatis dan Fungsi Emosi)..... 166

4.1.2.3 Proses semiosis antara penanggap dan media sosial..... 172
4.1.2.3.1 Perumusan dan Penyusunan Undang-Undang
(terjadi proses semiosis satu tahap dan
beberapa tahap)..... 172
4.1.2.3.2 Wacana *New Normal* (terjadi proses semiosis
satu tahap dan beberapa tahap)..... 175
4.1.2.3.3 Penyaluran Dana Bansos (terjadi proses semiosis
satu tahap dan beberapa tahap)..... 178
4.1.2.3.4 Investasi (terjadi proses semiosis satu tahap
dan beberapa tahap)..... 186
4.1.2.3.5 Pembelajaran Tatap Muka (terjadi proses semiosis
satu tahap)..... 192
4.1.2.3.6 Larangan Mudik (terjadi proses semiosis
beberapa tahap)..... 193
4.1.3 Interaksi dan Relasi Yang Terjadi Antara Media Sosial
dan Penanggap, Penanggap dan Sumber Informasi, serta
Antar-Penanggap dalam Menanggapi Informasi
Langkah Pemerintah di Masa Pandemi COVID-19..... 198
4.1.2.4 Interaksi Penanggap dan Media Sosial,
dan Antar Sesama Penanggap..... 199
4.1.2.4.1 Faktor Konteks Media..... 199
4.1.2.4.2 Faktor Konteks Situasi Komunikasi..... 212
4.1.2.5 Posisi Relasi Kuasa Publik atau Penanggap
(dominan dan setara)..... 224
4.1.2.5.1 Penanggap Tampak Dominan..... 225
4.1.2.5.2 Penanggap Tampak Setara..... 236
4.2 Pembahasan..... 239
4.2.1 Representasi Tanda Verbal dan Nonverbal dalam
Meme Tentang Isu Langkah Pemerintah
di Masa Pandemi COVID-19..... 239
4.2.2 Interpretasi Publik terhadap Representasi Tanda Verbal
dan Nonverbal dalam Meme yang Menginformasikan
tentang Langkah Pemerintah
di Masa Pandemi COVID-19..... 244
4.2.3 Posisi Relasi Kuasa yang Terbangun
antara Media Sosial dan Penanggap
dDan antara Sesama Penanggap..... 252
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, dan REKOMENDASI..... 259
5.1 Simpulan..... 259
5.2 Implikasi..... 262
5.2.1 Implikasi Teoritis..... 262

5.2.2 Implikasi Praktis..... 263
5.3 Rekomendasi..... 264
DAFTAR PUSTAKA..... 265
DAFTAR LAMPIRAN..... 277

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Besar Kasus COVID-19 Tertinggi di Dunia……. 1
Tabel 2.1 Peirce's Three Trichotomies of Signs…… 19
Tabel 2.2 Gelombang Demokratisasi Dan Gelombang Balik…… 30
Tabel 2.3 *Meme* Dawkinsian dan *Meme* Internet……... 36
Tabel 2.4 Perubahan Bentuk *Meme*……..... 39
Tabel 2.5 Daftar Emoji Visual…… 53
Tabel 2.6 Kategorisasi Faktor Konteks Media……... 54
Tabel 2.7 Kategorisasi Faktor Konteks Situasi Komunikasi……. 55
Tabel 2.8 Perbedaan Relasi Kekuasaan Dominasi dan *Govermentality*…… 60
Tabel 3.1 Sumber Data…….. 85
Tabel 3.2 Prosedur Penelitian…… 95
Tabel 4.1 Proposisi Tanggapan Penanggap di Kolom Komentar Instagram……. 123
Tabel 4.2 Pola interaksi antara media sosial dan penanggap, penanggap dan sumber informasi, dan antar-penanggap……..... 198
Tabel 4.3 Faktor Konteks Media…… 199
Tabel 4.4 Contoh Dukungan Terhadap Informasi yang Dikonstruksi oleh Media Sosial.. 201
Tabel 4.5 Contoh Interaksi pada Transmisi Pesan…….. 203
Tabel 4.6 Contoh Interaksi pada Persistensi Transkrip Data 13……. 204
Tabel 4.7 Contoh Ukuran Tanggapan……. 206
Tabel 4.8 Contoh Tanggapan Penanggap Berupa Tekstual, Visual, dan Gabungan Kedua-nya…….. 207
Tabel 4.9 Contoh Tanggapan yang Disampaikan oleh Akun Anonim…….. 209
Tabel 4.10 Contoh Tanggapan yang Tersaji Secara Berurutan…… 210
Tabel 4.11 Contoh Tanggapan yang dapat Ditanggapi Kembali oleh Penanggap Lain….. 211
Tabel 4.12 Contoh Interaksi di Kolom Komentar pada Instagram…….. 212
Tabel 4.13 Faktor Konteks Situasi Komunikasi…….. 212
Tabel 4.14 Contoh Tanggapan pada Dimensi Tujuan/ *Purpose*…….. 215
Tabel 4.15 Contoh Tanggapan pada Dimensi Tema/ *Theme*…… 217
Tabel 4.16 Contoh Tanggapan pada Dimensi Nada/ *Tone*…….. 218
Tabel 4.17 Contoh Tanggapan pada Dimensi Kegiatan/ *Activity*…… 220
Tabel 4.18 Contoh Tanggapan pada Dimensi Norma/ *Norms*……. 222
Tabel 4.19 Contoh Tanggapan pada Dimensi Kode/ *Code*……. 223
Tabel 4.20 Contoh Penggunaan Kosakata dan Frasa Menghujat dalam Tanggapan Mendukung…….. 225
Tabel 4.21 Contoh Penggunaan Kosakata dan Frasa Mengejek

dalam Tanggapan Mendukung…….. 228
Tabel 4.22 Contoh Tuturan Kasar Sebagai Bukti Dukungan ke Sesama Penanggap yang Mendukung Informasi yang Dibangun Oleh Media Sosial…… 230
Tabel 4.23 Contoh Penggunaan Kosakata dan Frasa Menghujat dalam Tanggapan Membantah…… 231
Tabel 4.24 Contoh Penggunaan Kosakata dan Frasa Mengejek dalam Tanggapan Membantah…… 234
Tabel 4.25 Contoh Penggunaan Kosakata dan Frasa dalam Tanggapan Ambigu…… 237

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Gagasan dalam Model Tanda Diadik Saussure……. 13
Gambar 2.2 Model Semiotik Ferdinand De Saussure…… 13
Gambar 2.3 Proses Semiosis Model Peirce…… 16
Gambar 2.4 Proses Semiosis Berlanjut…….. 19
Gambar 2.5 Proses Semiosis "Getok Tular"…….. 20
Gambar 2.6 Model Konotasi Barthes……. 21
Gambar 2.7 Model Metabahasa Barthes…… 22
Gambar 2.8 Perbedaan Format Media…… 32
Gambar 2.9 Gejala *Hyperdemocracy*……. 45
Gambar 2.10 Fungsi Tiga Tipe Tanda dalam Komunikasi Buhler…….. 46
Gambar 2.11 Beberapa Contoh Emoji Wajah…….. 51
Gambar 2.12 Emoji Melambaikan Tangan…….. 51
Gambar 2.13 Emoji Tepuk Tangan dan Tangan Terbuka…… 52
Gambar 2.14 Model Konseptual…….. 82
Gambar 4.1 Bentuk Tanggapan Penanggap di Kolom Komentar Instagram……. 141
Gambar 4.2 Proses semiosis tahap 1…….. 172
Gambar 4.3 Proses semiosis tahap 2…….. 173
Gambar 4.4 Proses semiosis tahap 3…….. 173
Gambar 4.5 Proses semiosis tahap 4…….. 173
Gambar 4.6 Proses semiosis tahap 1…….. 174
Gambar 4.7 Proses semiosis tahap 1…….. 175
Gambar 4.8 Proses semiosis tahap 2…….. 176
Gambar 4.9 Proses semiosis tahap 3…….. 176
Gambar 4.10 Proses semiosis tahap 1…….. 177
Gambar 4.11 Proses semiosis tahap 1…….. 179
Gambar 4.12 Proses semiosis tahap 2…….. 179
Gambar 4.13 Proses semiosis tahap 3…….. 180
Gambar 4.14 Proses semiosis tahap 4…….. 180
Gambar 4.15 Proses semiosis tahap 5…….. 181
Gambar 4.16 Proses semiosis tahap 6…….. 181

Gambar 4.17	Proses semiosis tahap 7……..	182
Gambar 4.18	Proses semiosis tahap 8……..	182
Gambar 4.19	Proses semiosis tahap 9……..	183
Gambar 4.20	Proses semiosis tahap 10……	183
Gambar 4.21	Proses semiosis tahap 11……	183
Gambar 4.22	Proses semiosis tahap 12……	184
Gambar 4.23	Proses semiosis tahap 13……	184
Gambar 4.24	Proses semiosis tahap 14……	185
Gambar 4.25	Proses semiosis tahap 1……..	186
Gambar 4.26	Proses semiosis tahap 2……..	187
Gambar 4.27	Proses semiosis tahap 3……..	187
Gambar 4.28	Proses semiosis tahap 4……..	187
Gambar 4.29	Proses semiosis tahap 5……..	188
Gambar 4.30	Proses semiosis tahap 6……..	188
Gambar 4.31	Proses semiosis tahap 7……..	189
Gambar 4.32	Proses semiosis tahap 8……..	189
Gambar 4.33	Proses semiosis tahap 9……..	189
Gambar 4.34	Proses semiosis tahap 1……..	191
Gambar 4.35	Proses semiosis tahap 1……..	192
Gambar 4.36	Proses semiosis tahap 1……..	193
Gambar 4.37	Proses semiosis tahap 2……..	194
Gambar 4.38	Proses semiosis tahap 3……..	194
Gambar 4.39	Proses semiosis tahap 4……..	195
Gambar 4.40	Proses semiosis tahap 5……..	195
Gambar 4.41	Proses semiosis tahap 6……..	195
Gambar 4.42	Relasi Kuasa (Dominan dan Setara)……...	224

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	*Meme* Merepresentasikan Langkah Pemerintah di Masa Pandemi COVID-19…….	277
Lampiran 2	*Meme* dan Tanggapan di Media Sosial……..	308
Lampiran 3	Fungsi Emoji (Fungsi Fatis/ *Fatis Function*)…….	328
Lampiran 4	Fungsi Emoji (Fungsi Emosi/ *Emotive Function*)……..	333
Lampiran 5	Struktur Partisipasi (Tanggapan Penanggap di Kolom Komentar)……	340

DAFTAR PUSTAKA

Adhiarso, D. S., Utari, P., Hastjarjo, S., Sebelas, U., Surakarta, M., & Jebres, K. (2018). *The Influence of News Construction and Netizen Response to the Hoax News in Online Media Pengaruh Konstruksi Berita dan Respon Netizen terhadap Berita Hoaks di Media Online*. *10*(2), 162–173. https://doi.org/10.26623/themessenger.v10i2.782

Aditya, Ratih, B. (2015). Fenomena Meme di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram) Universitas Telkom. *Jurnal Sosioteknologi*, *14*, *No.3*, 1–9. Retrieved from https://media.neliti.com/media/publications/41731-ID-fenomena-meme-di-media-sosial-studi-etnografi-virtual-posting-meme-pada-pengguna.pdf

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, *31*(2), 211–236. Retrieved from http://www.nber.org/papers/w23089%0Ahttp://www.nber.org/papers/w23089.ack

Alotaibi, Y. (2017). A New Analysis of Verbal Irony. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, *6*(5), 154. https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.6n.5p.154

Amanda, N. R. (2020). Social Interaction Among Adolescents Who Use Social Media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 395 5th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2019)*, *395*(Acpch 2019), 112–117. https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.025

Andriani, V. W. (2019). Meme Politik Setya Novanto Sebagai Representasi Demokrasi Digital Di Indonesia: Analisis Wacana Kritis. *Adabiyyāt: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, *3*(2), 231. https://doi.org/10.14421/ajbs.2019.03205

Andung, P. A., & Swan, M. V. D. P. (2021). The Dynamics of Public Sphere in Social Media: Cybermedia Analysis. *Jurnal ASPIKOM*, *6*(1), 42. https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.825

Annisa Nurul Izmi, Hajrah, A. A. A. (2021). Indonesian Netizen Reponse to Covid-19 Vaccine News in Instagram IDN Times. *INSIGHT*, *1*(1), 11–22. Retrieved from https://ojs.unm.ac.id/insight/article/view/22549

Anstead, N. (2015). Internet democracy. In *The Enciclopedia of Political Thought* (First Edit, Vol. 2). https://doi.org/10.1002/9781118474396.wbept0532

Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, *1*(1), 137. https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343

Arafah, B., & Hasyim, M. (2019a). Linguistic functions of emoji in social media communication. *Opcion*, *35*(24), 558–574.

Arafah, B., & Hasyim, M. (2019b). The Language of Emoji in Social Media. *KnE Social Sciences*, 494–504. https://doi.org/10.18502/kss.v3i19.4880

Ardi, Z., & Putri, S. A. (2020). The Analysis of the Social Media Impact on the Millennial Generation Behavior and Social Interactions. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, *1*(2), 70–77. Retrieved from https://doi.org/10.29210/81065100

Asenbaum, H. (2018). Anonymity and democracy: Absence as presence in the public sphere. *American Political Science Review*, *112*(3), 459–472. https://doi.org/10.1017/S0003055418000163

Ashrianto, P. D., & Yustitia, S. (2020). The Use of Social Media in Searching for Information about Papua. *Jurnal The Messenger*, *12*(2), 122. https://doi.org/10.26623/themessenger.v12i2.1939

Ayvaz, S., & Shiha, M. O. (2017). The Effects of Emoji in Sentiment Analysis. *International Journal of Computer and Electrical Engineering*, *9*(1), 360–369. https://doi.org/10.17706/ijcee.2017.9.1.360-369

Barthes, Roland. (1964). *Elements of Semilogy*. London: Cape.

Barthes, Roland. (1967). *Elements of Semiology*. London: Cape.

Barthes, Roland. (1986). Elements of Semiology. In *Klinichna khirurhiia / Ministerstvo okhorony zdorov'ia Ukraïny, Naukove tovarystvo khirurhiv Ukraïny*. New York: A Division of Farrar, Straus and Giroux.

Barthes, Roland. (1987). *Mythologies*. New York: Hill & Wang.

Barthes, Rolland. (1964). *Critical Essay*. Evanston: Northwestern Univ. Press.

Bauckhage, C. (2011). Insight into Internet Memes. *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 42–49.

Beth Simone Noveck. (2000). *"Paradoxical Partners: Electronic Communication and Electronic Democracy," in The Internet, Democracy, and Democratization , ed.* London and Portland, OR: Frank Cass.

Bima Jati, B. J., & Putra, G. R. A. (2020). Optimalisasi Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Pandemi Covid 19 Sebagai Bentuk Pemenuhan Hak Warga Negara. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, *7*(5). https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15316

Bimber, B. (2001). The internet and citizen communication with government: Does the medium matter? *Political Communication*, *16*(4), 409–428.

Bimber, Bruce. (2003). *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.

Briandana, R., Fasta, F., Mihardja, E. J., & Qasem, A. (2021). *Exploring Self Identity : An Analysis of Audience Reception of Vlogs Menyelidiki Identitas Diri : Analisis Penerimaan Khalayak Terhadap Konten Vlog*. *6*(2), 303–314.

Candra Gayatri Wibawa , P. A. C., & Cindy Arieska Putri, N. K. (2021). Kebijakan Pmerintah dalam Menangani Covid-19. *Ganesha Civic Education Journal*, *3*(1), 10–18. Retrieved from https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/GANCEJ/article/view/349/224

Candrasari, Y. (2021). Nonverbal Communication Reconstruction on Facebook. *Jurnal The Messenger*, *13*(1), 94. https://doi.org/10.26623/themessenger.v13i1.1000

Carpini, B. A. W. and M. X. D. (2000). *"Unchained Reaction: The Collapse of Media Gatekeeping and the Clinton-Lewinsky Scandal,."* Journalism 1.

Creswell, J. W. (2019). *Researc Design: Pendekatan, Metode Kualitatif, Kuantitatif, Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Crouch, C. (2016). The March Towards Post-Democracy, Ten Years On. *Political Quarterly*, *87*(1), 71–75. https://doi.org/10.1111/1467-923X.12210

Danesi, M. (2017). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. London: BLOOMSBURY and the Diana logo are trademarks of Bloomsbury Publishing Plc.

Dawkins, R. (2006). Selfish gene. In *New Scientist* (anniversar, Vol. 214). https://doi.org/10.1016/S0262-4079(12)61286-X

Denzin, K.N., & Lincoln, Y., S. (2018). *Handbook of Qualitative Research. (trsl).* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Dewi, R. S. (2017). "Meme" sebagai sebuah Pesan dan Bentuk Hiperrealitas di Media Sosial. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(1), 16–28. Retrieved from www.gunadarma.ac.id

Dewi, R. S. (2019). Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Soaial. *Jurnal Komunikasi Global*, *8*(1), 1–16.

Dey, S. (2020). Let There Be Clamor: Exploring the Emergence of a New Public Sphere in India and Use of Social Media as an Instrument of Activism. *Journal of Communication Inquiry*, *44*(1), 48–68. https://doi.org/10.1177/0196859919827319

Dharmawan, A. (2015). Kritik Netizen Terhadap Nekrokultura Media Mainstream (Studi Demokrasi Partisipan Weblog Kompasiana). *Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, *1*(1), 23–33. Retrieved from http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/47

Dresner, E., & Herring, S. C. (2010). Functions of the nonverbal in CMC: Emoticons and illocutionary force. *International Communication Association*, *20*(3), 249–268. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x

Fatah, Z. & M. N. F. (2019). Mempolitisasi ruang virtual: Posisi warga-net dalam praktik demokrasi digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, *3*(1), 306–326. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.25139/jmnegara.v3i1.1459

Flinders, M. (2016). The Problem with Democracy. *Parliamentary Affairs*, *69*(1), 181–203. https://doi.org/10.1093/pa/gsv008

Flinders, M., & Wood, M. (2015a). When politics fails: Hyper-democracy and hyper-depoliticization. *New Political Science*, *37*(3), 363–381. https://doi.org/10.1080/07393148.2015.1056431

Flinders, M., & Wood, M. (2015b). When politics fails: Hyper-democracy and hyper-depoliticization. *New Political Science*, *37*(3), 363–381. https://doi.org/10.1080/07393148.2015.1056431

Forceville, C., & Clark, B. (2014). Can Pictures Have Explicatures? *Linguagem Em (Dis)Curso*, *14*(3), 451–472. https://doi.org/10.1590/1982-4017-140301-0114

Foucault. (1990). *The History of Sexuality: An Introduction, Vol. 1*. New York: Vintage Books.

Foucault, M. (1982). *The Order of Discourse* (M. Saphiro, Ed.). Oxford: Blackwell Publishers.

Foucault, M. (2010). *The Archeology of Knowledge and The Discourse of Language*. New York: Vintage Book Edition.

Foucault, Michel. (1966). *The Order of Things*. London: Tavistock.

Foucault, Michel. (1997). *Sejarah Seksualitas: Sex dan Kekuasaan. (Terj. S.H. Rahayu)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Foucault, Michel. (2002). *Kuasa/Pengetahuan, terj. Santosa, Y*. Jogjakarta: Bentang Budaya.

Foucoult, M. (1982). Questions of Method. *In J. D. Faubion (Ed.), Michel Foucault: Power*, *3*, 223–228.

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

gramedia.com. (2021). 10 Sosial Media Paling Populer di Indonesia. *Gramedia.Com*. Retrieved from https://www.gramedia.com/best-seller/sosial-media-paling-populer/

Gumilang, L., & Juanda, M. (2018). Interpretation of Meme Conversations Using Multimodality Analysis. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), 228*(Klua 2018), 135–144. https://doi.org/10.2991/klua-18.2018.20

Gupta, S., Singh, A., & Ranjan, J. (2019). Sentiment analysis: Usage of text and emoji for expressing sentiments. In P. A. of S. Janusz Kacprzyk, Systems Research Institute & P. Warsaw (Eds.), *Proceedings of ICDIS* (Vol. 94, pp. 477–486). https://doi.org/10.1007/978-981-15-0694-9_45

Halbert, D. (2015). Digital democracy. In *The Encyclopedia of Political Thought* (pp. 479–490). https://doi.org/10.1002/9781118474396.wbept0274

Hamid, A. I. (2020). Analisis Semiotik Meme Anies Baswedan Banjir Jakarta. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, *8*(1), 36–45. https://doi.org/10.33592/dk.v8i1.554

Hanafi, W. (2019). HIPERSEMIOTIKA (Representasi Kedustaan Semiotika dalam Penafsiran al-Qur'an). *QOF*, *3*(1), 79–88.

Haq, A. S., & Nugraha, I. S. (2020). Bill Gates Covid19 Conspiracy in Reddit Memes: A Semiotic Approach. *Al-Tsaqafa : Jurnal Ilmiah Peradaban Islam*, *17*(2), 186–194. https://doi.org/10.15575/al-tsaqafa.v17i2.9320

Harchandani, P., & Shome, S. (2021). The Effects of Covid-19 on Global Tourism. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, *19*(1), 63–82. https://doi.org/10.5614/ajht.2021.19.1.06

Hasfi, N., Usmand, S., & Santoso, H. P. (2017). Anonimitas di Media Sosial: Sarana Kebebasan Berekspresi atau Patologi Demokrasi? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *15*(1), 28–38. https://doi.org/10.31315/jik.v15i1.2152

Herring, S. C. (2001). Computer-mediated Discourse. In *The Handbook of Discourse Analysis. Deborah Tannem, Deborah Schiffrin, Heidi Hamilton (Peny)* (pp. 612–634). https://doi.org/10.1007/978-3-030-56711-8_3

Herring, S. C. (2007). A Faceted Classification Scheme for Computer - Mediated Discourse. *Discourse, 2007*(1), 1–37. Retrieved from http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761/index_html

Herring, S. C. (2011). *A Faceted Classificaton Scheme For Computer-Mediated Discourse.* Bloomington: Indiana University Press.

Hoed, H. B. (2011). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (kedua). Depok: Komunitas Bambu.

Hoed, H. B. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu.

Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. London: Sage Publications Ltd.

Huntington, S. P. (1991). *The Third Wave Democratization in the Late Twentieth Century*. London: University of Oklahoma Press.

Huntington, S. p. (1991). *The Third Wave: Democratization in The Late Twentieth Century* (First). Norman and London: University of Oklahomas Press.

Hussein, A. T., & Nabil, L. (2020). COVID-19 humor in Jordanian social media : A socio-semiotic approach. *Heliyon*, *6*(October), e05696. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05696

Isnaniah, S., & Tiya Agustina. (2020). "Covid-19" Meme in Social Media: Study of Roland Barthes Semiology. *BAHTERA : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, *19*(2), 351–378. https://doi.org/10.21009/bahtera.192.010

Jakobson, R. (1977). *Quest for the essence of language. In Jakobson, R., Selected Writings II*. The Hague: Mouton.

Jati, W. R. (2021). Fenomena Kemunduran Demokrasi Indonesia 2021. *The Habibie Center 2Insights*, (27). Retrieved from www.habibiecenter.or.id

Juditha, C. (2016). News Objectivity and Journalism Ethics in Online Media: Case on BUMN Employees Recruitment (Obyektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media Online: Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN). *Journal Pekommas*, *1*(1), 1–12. https://doi.org/10.30818/jpkm.2016.2010101

Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antisipasinya. *Journal Pekommas*, *3*(1), 31–34.

Johnstone Barbara. (2008). Discourse Analysis. Massachussett: Blackwell Publishers.

kbbi.web.id. (n.d.-a). Retrieved June 7, 2021, from https://kbbi.web.id/demokratisasi

kbbi.web.id. (n.d.-b). Retrieved from https://kbbi.web.id/demokrasi

kbbi.web.id. (n.d.-c). Retrieved from https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/meme

Kevin A. Hill and John E. Hughes. (1998). *Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Kneuer, M. (2016). E-democracy: A new challenge for measuring democracy. *International Political Science Review*, *37*(5), 666–678. https://doi.org/10.1177/0192512116657677

Koerner, E. F. K. (1973). *Ferdinand de Saussure*. Braunschweig: Vieweg.

Kominfo. (2020). Pengguna Internet di Indonesia. Retrieved November 10, 2020, from republika.co.id website: https://republika.co.id/berita/qhgibx335/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1755-juta-jiw#:~:text=REPUBLIKA.CO.ID%2C JAKARTA,populasi sebanyak 268.583.016 penduduk.

kompas.com. (2020). Apa Itu New Normal? Presiden Jokowi Sebut Hidup Berdamai dengan Covid-19. *Kompas.Com*. Retrieved from https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/26/163200023/apa-itu-new-normal-presiden-jokowi-sebut-hidup-berdamai-dengan-covid-19?page=all

Kompas. (2021). Melangkah di Tangah Labirin Informasi. *Kompas*, p. 15.

Kridalaksana, H. (2009). *Kamus Linguistik* (9th ed.). Jakarta: Gramedia.

Kurniawati, N. A., & Karim, A. (2018). RUANG PUBLIK VIRTUAL TWITTER PADA AKUN @ PemkotBPN SEBAGAI ALAT KONTROL PUBLIK. *EJournal Ilmu Komunikas*, *6*(3), 333–347.

Ladiqi, S., & Suarde Wekke, I. (2018). *Gambaran Demokrasi : Demografi Dan Perkembangan*. Retrieved from https://www.academia.edu/36308314/GAMBARAN_DEMOKRASI_DEMOGRAFI_DAN_PERKEMBANGAN

Launa & Samdar. (2020). Subjektivitas Kekuasaan Dalam Pemberitaan Media Online. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, *24*(1), 17. https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2047

Lee, P. S. N., So, C. Y. K., Lee, F., Leung, L., & Chan, M. (2018). Social media and political partisanship – A subaltern public sphere's role in democracy. *Telematics and Informatics*, *35*(7), 1949–1957. https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.06.007

Lestari, W. (2019). Irony Analysis of Memes on Instagram Social Media. *PIONEER: Journal of Language and Literature*, *10*(2), 114. https://doi.org/10.36841/pioneer.v10i2.192

Manuel, C. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge and Malden, MA: Polity Press.

Masrukhi, M. (2019). Hypersemiotics in Printed Commercial Advertising. *Humaniora*, *31*(2), 200–210.

Matthew, H. (2009). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, NJ, and London: Princeton University Press.

McGerr, M. E. (1986). *The Decline of Popular Politics: The American North, 1865–1928*. New York and Oxford: New York and Oxford University press.

McNair, B. (2006). *Cultural Chaos: Journalism, News and Power in a Globalised World*. London and New York: Routledge.

Mounin. (1970). *Introduction a la Semiology*. Paris: Minuit.

Murfianti, F. (2019). Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber. *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, *11*(1), 42–50. https://doi.org/10.33153/acy.v11i1.2613

news.detik.com. (2020). Polemik Beda Mudik dan Pulang Kampung yang Dimulai Jokowi. Retrieved from news.detik.com website: https://news.detik.com/berita/d-4989126/polemik-beda-mudik-dan-pulang-kampung-yang-dimulai-jokowi

news.detik.com. (2021, September 24). Kasus Covid Dunia: Data Lengkap dan 10 Negara Kasus Tertinggi. *News.Detik.Com*. Retrieved from https://news.detik.com/berita/d-5738223/kasus-covid-dunia-data-lengkap-dan-10-negara-kasus-tertinggi/1

Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2017). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. *New Media and Society*, *19*(4), 483–501. https://doi.org/10.1177/1461444815609313

Norris, P., & Curtice, J. (2008). Getting the message out: A two-step model of the role of the internet in campaign communication flows during the 2005 British general election. *Journal of Information Technology & Politics*, *4*(4), 3–13.

Noth, W. (1995). *Handbook of Semiotics*. Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press.

Noth, Winfried. (1995). *Handook of Semiotics* (First paperback, Ed.). Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Owen, D. (2000). *"Popular Politics and the Clinton/Lewinsky Affair: The Implications for Leadership."* Political Psychology 21.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. USA: Sage Publications inc.

Perbawani, P. S., Rahayu, R., & Anshari, I. N. (2018). Online Political Participation and Netizen Anonymity in Indonesia's Digital Democracy. *PCD Journal*, *6*(2), 185. https://doi.org/10.22146/pcd.41905

Piliang, Y. A. (2019). *Semiotika dan Hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.

Rahardjo, F. R. S. & I. D. (2013). KONTEMPORER JIM ALLEN ABEL " INDONESIA UNIFORM " Hipersemiotika. *Komunikasi Visual*, *V*(01), 42–51. Retrieved from https://ejournals.umn.ac.id/index.php/FSD/article/view/380

Rahyono, F. . (2017). Kecerdasan Kebinekatunggalikaan Yang Takterbarukan Sebuah Kajian Semiopragmatik Terhadap Proposisi Kebudayaan Jawa. *Kajian Mutahir Bahasa, Sastra, Dan Budaya Daerah Untuk Membangun Kebinetunggalikaan Negara Kesatuan Republik Indonesia Kecerdasan*, 20–28. Fakultas Ilmu Budaya, UNS Surakarta.

Reminiskey, E. (2019). Hyperdemocracy: Euroscepticism and Elections in the United Kingdom. *History in the Making*, *12*(1), 13.

Renkema, J. (2004). *Introduction to Discourse Studies*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Ritonga, R., & Syahputra, I. (2019). Citizen journalism and public participation in the Era of New Media in Indonesia: From street to tweet. *Media and Communication*, *7*(3), 79–90. https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.2094

Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context and Media*, *16*, 1–11. https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001

Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2018). Internet memes, media frames, and the conflicting logics of

climate change discourse. *Environmental Communication A Journal of Nature and Culture*, *12*(December). https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1560347

Sabato, L. J. (2000). *Feeding Frenzy: Attack Journalism and American Politics , revised ed.* Baltimore, MD: Lanahan Publishers.

Saifullah, A. R. (2014). *Tanda dan Makna Wacana Interaktif di Internet: Kajian Semiotik-Pragmatik Tentang Demokratisasi Melalui Tema Terorisme*. Indonesia.

Saifullah, A. R. (2016). Issues of terrorism on the internet in the wave of democratization of post-reform Indonesia: A semiotic analysis. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, *5*(2), 307–315. https://doi.org/10.17509/ijal.v5i2.1354

Saifullah, A. R. (2017). Pengembangan Model Analisis Relasi Bahasa Dan Internet Berbasis Paradigma Cmda (Computer Mediated Discourse Analysis). *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, *17*(2), 169. https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v17i2.9655

Saifullah, A. R. (2019). *Semiotik dan Kajian Wacana Interaktif di Internet* (pertama). Bandung: UPI Press.

Sampietro, A. (2019). Emoji and rapport management in Spanish WhatsApp chats. *Journal of Pragmatics*, *143*, 109–120. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.02.009

Saussure, F. de. (1916). *Course in General Linguistics, trans. Baskin, Wade.* New York: McGraw-Hill.

Sebeok, T. A. (1976). *Contribution to the Doctrine of Signs*. Lanham: Md: Univ. Press of America.

Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *18*(3), 362–377. https://doi.org/10.1111/jcc4.12013

Shifman, Limor. (2014). *Memes In Digital Culture* (Vol. 148).

Shirky, C. (2009). *Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together . Updated ed.* London and New York: Penguin Books.

Sontag, Susan, ed. (1982). *A Barthes Reader*. New York: Hill & Wang.

Strauss, A., & Cobin, J. (1990). *Basics of qualitative research: grounded theory, prosedure and technique*. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications.

Sukarno dan Amurwani, P. P. (2019). Konstruksi Mendukung dan Mengkritisi Realitas Prabowo

Subianto Menjadi Menteri Pertahanan Oleh Beberapa Media Online. *Addabiyyat: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, *III*(2), 140–164.

Supadiyanto, S. (2020). (Opportunities) Death of Newspaper Industry in Digital Age and Covid-19 Pandemic. *Jurnal The Messenger*, *12*(2), 192. https://doi.org/10.26623/themessenger.v12i2.2244

Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.

Tinarbuko, S. (2008). Semiotika Komunikasi Viasual. Yogyakarta: Jalasutra.

Uhlin, A. (1997). *Indonesia and the "Third Wave Democratization": The Indonesian pro-democracy movement in a changing world*. London: Corzon Press.

van Dijk, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media.* Oxford: Oxford University Press.

Vasan M. (2016). Netizens ' Attitude towards Social Networking Sites -A Factor Analysis Approach. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, *3*(3), 201–204.

Welch, S. (2013). Hyperdemocracy. In *Macmillan* (First Edit). https://doi.org/10.1057/9781137099174

Wells, R. (1974). *De Saussure's System of Linguistics*. Bloomington: Indiana Univ. Press.

Wibowo, A. A. (2019). Kajian Konsep Tanda Hipersemiotika. *Citradirga : Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, *01*(01), 36–45. Retrieved from https://jurnal.machung.ac.id/index.php/citradirga/article/view/157

Wiegand Herbert Ernst. (1970). Synchronische Onomasologie und Semasiologie. *Gernanistiche Linguistik*, *3*(70), 243–384.

Wiggins, B. E. & Bowers, G. B. (2014). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media and Society*, *17*(11), 1886–1906.

Wiggins, B. E. (2019). The Discursive Power of Memes in Digital Culture. In *The Discursive Power of Memes in Digital Culture*. https://doi.org/10.4324/9780429492303-2

Williams, R. (1998). *Political Scandals in the USA*. Edinburgh: Keele University Press.

Wiryawan, I. W. (2020). Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Pandemi Virus Corona Disease 2019 (Covid-19) Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Webinar Nasional*

Universitas Mahasaraswati Denpasar, *2019*(6), 179–188. Retrieved from https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/webinaradat/article/view/1180/1012

Wunderli, P. (1981). *Saussure und die "Signification." In Geckeler, Horst, et al., eds., Logos Semanticos*. Berlin: de Gruyter.

Yüce, A., Aydoğdu, V., & Katırcı, H. (2021). Common Language of New Era in Sport Clubs: Emojis. *Jurnal The Messenger*, *13*(1), 63. https://doi.org/10.26623/themessenger.v13i1.2390

Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.

Yuliarti, M. S. (2020). Democracy and New Media: Capturing Masculinity in Online News About Election Selfie. *Jurnal ASPIKOM*, *5*(1), 27. https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.440

Zotov, V. V., & Gubanov, A. V. (2021). Interaction Between Public Authorities and Stakeholders in Social Media (Comparative Analysis of the Regional Practician). *XXIII International Conference Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research Conference, 2020*, 315–322. https://doi.org/10.18502/kss.v5i2.8372