

---

## Meme Politik sebagai Sarana Kampanye Pasangan Santri di Media Sosial @SyakurAmin pada Pilkada 2024

Yudha Rizky Pratama Putra<sup>1\*</sup>, Chotijah Fanaqi<sup>2</sup>, Yandi Hermawandi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Informasi, Universitas Garut, Garut, Jawa Barat, Indonesia

Email: <sup>1</sup>yudharizkyp528@gmail.com, <sup>2\*</sup>chotijah@uniga.ac.id, <sup>3</sup>yandihermawandi@uniga.ac.id

### Abstract

*The development of social media has changed the patterns of political communication, where memes have become an effective digital campaign strategy for conveying political messages in a concise, engaging, and easily shareable way. This study originates from the phenomenon of political memes used by the candidate pair Syakur Amin and Putri Karlina in the 2024 Garut Regional Election as a tool to shape their image, reach young voters, and build closeness with the public. The aim of this research is to analyze the types of political memes used by the candidates and to reveal their impact on public perception. The study employs a descriptive qualitative approach using Roland Barthes' semiotic theory, which emphasizes the analysis of signs through denotative, connotative, and myth levels. Data collection techniques include observation of social media posts, interviews with relevant informants, documentation, and literature review. The research results indicate that the five memes used, including humor, populist, educational-cultural, geographical, and campaign identity memes, successfully shaped positive perceptions, increased public participation, and strengthened the emotional connection between candidates and voters. Furthermore, political memes also create a space for more relaxed yet substantial political discussions on social media. Nevertheless, the use of memes in political campaigns must consider ethical aspects to avoid misleading or undermining the quality of local democracy. The conclusion of this study emphasizes that political memes are not merely a form of visual entertainment, but also a powerful, strategic, and highly impactful communication tool in the dynamics of campaigns in the digital era.*

**Keywords:** Political Memes, Digital Campaigns, Roland Barthes' Semiotics, Garut Regional Election, Political Communication

### Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik, di mana meme menjadi salah satu strategi kampanye digital yang efektif dalam menyampaikan pesan politik secara singkat, menarik, dan mudah disebarluaskan. Penelitian ini berawal dari fenomena penggunaan meme politik oleh pasangan calon Syakur Amin dan Putri Karlina pada Pilkada Garut 2024 sebagai alat untuk membentuk citra, menjangkau pemilih muda, serta membangun kedekatan dengan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis jenis-jenis meme politik yang digunakan paslon serta mengungkap dampaknya terhadap pandangan publik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori semiotika Roland Barthes, yang menekankan pada analisis tanda melalui tingkat denotatif, konotatif, dan mitos. Teknik pengumpulan data dilakukan

melalui observasi unggahan di media sosial, wawancara dengan informan terkait, dokumentasi, serta studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima meme yang digunakan termasuk meme humor, populis, edukatif-kultural, geografis, dan identitas kampanye berhasil membentuk persepsi positif, meningkatkan partisipasi publik, serta memperkuat hubungan emosional antara kandidat dan pemilih. Selain itu, meme politik juga membuka ruang diskusi politik yang lebih santai namun substansial di media sosial. Meskipun demikian, penggunaan meme dalam kampanye politik harus mempertimbangkan aspek etika agar tidak menyesatkan atau merusak kualitas demokrasi lokal. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa meme politik bukan hanya sarana hiburan visual, melainkan juga instrumen komunikasi politik yang kuat, strategis, dan berdampak besar dalam dinamika kampanye di era digital.

**Kata kunci:** Meme Politik, Kampanye Digital, Semiotika Roland Barthes, Pilkada Garut, Komunikasi Politik

## PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang menjadi komponen penting dalam kampanye politik, terutama selama pemilihan umum, di era teknologi modern. Meme politik sering kali menjadi cara yang cepat dan menarik untuk menyampaikan ide dan pesan. Meme politik kerap dimanfaatkan sebagai sarana yang cepat dan menarik untuk menyampaikan gagasan serta pesan tertentu. Media sosial sendiri berperan sebagai platform yang berpusat pada aktivitas dan keberadaan penggunanya, memungkinkan mereka untuk berinteraksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi secara daring. Dengan demikian, media sosial dapat dipandang sebagai medium yang memperkuat hubungan antarpengguna serta membangun ikatan sosial di ruang digital (Setiadi, 2016). Selain itu, media sosial juga dapat diartikan sebagai seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi yang membuka peluang bagi berbagai bentuk interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi masyarakat luas (Pratidina & Mitha, 2023).

Meme menjadi alat yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat karena sifatnya yang mudah dipahami dan menyebar dengan cepat. Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial, muncul berbagai bentuk baru dalam pemanfaatannya. Salah satu bentuk tersebut adalah penggunaan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan kritik melalui kombinasi antara gambar dan teks, yang dikenal dengan istilah *meme*. (Suryana Putra et al., 2023).

Di Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Garut, pasangan calon Syakur Amin dan Putri Karlina menggunakan strategi digital baru seperti meme, untuk menyampaikan visi dan misi mereka. Pasangan calon ini berusaha menjangkau pemilih dengan cara yang lebih dekat dan menarik dengan memahami konteks sosial dan budaya warga Garut. Penelitian oleh (Asiva Noor Rachmayani, 2018) menekankan pentingnya adaptasi konten lokal dalam kampanye politik untuk meningkatkan resonansi di kalangan pemilih.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan studi sebelumnya berjudul “*Dinamika Kampanye Politik di Era Digital: Analisis Strategi Gimik Prabowo–Gibran Pemilu 2024*” yang ditulis oleh Rizka Romadona. Studi tersebut menyoroti pentingnya analisis terhadap strategi gimik di media sosial yang digunakan oleh pasangan Prabowo–Gibran untuk memahami dinamika kampanye politik di era digital. Melalui kajian mendalam terhadap strategi gimik yang diterapkan, penelitian tersebut membantu menjelaskan bagaimana kandidat memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif, memperluas jangkauan audiens, serta mengonsolidasikan dukungan politik (Rizka Romadona, Rizki Amalia, Johan Jauhari, 2024).

Penelitian yang relevan dengan topik ini adalah karya Adnan Suryana Putra berjudul “*Meme Politik sebagai Representasi Komunikasi Kritis di Media Sosial.*” Studi tersebut menggunakan paradigma kritis dan konstruktivis dengan pendekatan interpretatif. Objek

penelitiannya berfokus pada meme politik yang beredar menjelang Pemilihan Presiden 2024. Fokus utama penelitian tersebut adalah bagaimana meme politik merepresentasikan realitas sosial masyarakat, khususnya terkait citra para calon presiden serta dinamika peristiwa politik yang muncul dan diungkapkan melalui unggahan meme di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meme politik tidak tercipta secara acak, melainkan lahir sebagai respons terhadap peristiwa politik yang menarik perhatian publik (Suryana Putra et al., 2023).

Perbedaan utama antara penelitian ini dengan studi terdahulu terletak pada objek dan konteks penelitian. Penelitian sebelumnya menyoroti media sosial Facebook dan dilakukan pada tahun 2023, sedangkan penelitian ini mempertimbangkan perubahan tren media sosial serta pergeseran perilaku pengguna dalam rentang waktu yang berbeda. Variasi platform media sosial diyakini memunculkan karakteristik pengguna yang beragam, yang pada akhirnya dapat menghasilkan temuan baru. Selain itu, penelitian ini tidak hanya mereplikasi kajian sebelumnya, tetapi juga berupaya memberikan perspektif positif terhadap peran pemilih muda, khususnya dalam mendorong partisipasi aktif mereka agar tidak bersikap apatis atau golput pada saat pemilu.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna dari tanda-tanda yang digunakan dalam meme tersebut (Wibisono & Sari, 2021). Melalui semiotika Roland Barthes peneliti menganalisis pemaknaan tanda melalui sistem pemaknaan denotatif, konotatif, dan meta-bahasa (*metalanguage*) atau mitos. Barthes mengembangkan gagasan "*order of signification*" yang fokus pada signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah definisi objektif sebuah kata, sedangkan konotasi adalah makna subjektif atau emosionalnya. Menurutnya, mitos berperan dalam mengungkapkan sekaligus melegitimasi nilai-nilai dominan yang berkembang pada suatu masa tertentu. Pembentukan mitos tidak didasarkan pada proses penelitian atau penyelidikan ilmiah, melainkan muncul dari keyakinan kolektif dan pengamatan umum masyarakat (Harnia, 2021).

Penelitian ini juga akan memberikan wawasan bagi para calon pemimpin dan tim kampanye dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif. Akhirnya, penting untuk mencatat bahwa meskipun meme dapat menjadi alat yang kuat dalam kampanye, mereka juga membawa tantangan tersendiri. Di satu sisi, meme dapat memperkuat partisipasi politik. Di sisi lain, meme juga berpotensi menyebarkan informasi yang menyesatkan. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada penggunaan meme politik sebagai alat kampanye dalam konteks politik lokal serta meninjau implikasi etisnya terhadap praktik demokrasi di Tingkat daerah. Umumnya, jenis meme ini disebarluaskan melalui berbagai platform digital atau media sosial sebagai sarana kampanye dan penyebaran pandangan politik (Fatanti & Prabawangi, 2021). Dalam konteks kampanye, penggunaannya tidak terbatas pada partai politik saja, tetapi juga oleh individu yang ingin mengekspresikan pandangan atau sikap politik mereka.

Artikel ini berfokus pada analisis mendalam mengenai penggunaan meme politik dalam kampanye Pasangan Calon Bupati Syakur Amin dan Putri Karlina di Pilkada Garut, serta implikasinya terhadap dinamika politik di Kabupaten Garut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai peran meme dalam membentuk persepsi dan perilaku pemilih, serta kontribusinya terhadap perkembangan politik di Indonesia. Fenomena penggunaan meme politik oleh pasangan Syakur Amin dan Putri Karlina pada Pilkada Garut 2024 menjadi menarik untuk dikaji karena mencerminkan perubahan signifikan dalam strategi komunikasi politik di era digital. Kampanye yang sebelumnya bersifat formal kini bergeser menjadi lebih kreatif, interaktif, dan berakar pada budaya lokal melalui pemanfaatan media sosial. Pasangan calon ini tidak hanya menggunakan meme sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium untuk membangun kedekatan emosional dengan pemilih, terutama kalangan muda yang aktif di

dunia digital. Selain itu, penerapan teori semiotika Roland Barthes memberikan kedalaman analisis yang mampu menyingkap makna simbolik di balik visual dan narasi dalam meme politik. Melalui kajian ini, penelitian tidak sekadar meneliti strategi kampanye digital, tetapi juga berupaya memahami bagaimana pesan politik dibentuk, dimaknai, serta direspon oleh masyarakat dalam dinamika demokrasi lokal yang terus berkembang.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Media Sosial sebagai Ruang Komunikasi Politik**

Media sosial kini memegang peran sentral dalam dinamika politik modern, terutama dalam kegiatan kampanye dan pembentukan opini publik. Platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook memungkinkan politisi menjangkau audiens yang luas secara cepat dan interaktif. Media sosial menjadi sarana komunikasi yang efektif karena berpusat pada aktivitas pengguna, sehingga mendorong partisipasi, kolaborasi, dan penyebaran pesan politik secara masif (Setiadi, 2016). Sejalan dengan itu, (Pratidina & Mitha, 2023) menegaskan bahwa media sosial telah membuka ruang baru bagi masyarakat untuk berinteraksi dan berpartisipasi aktif dalam wacana publik, termasuk dalam konteks politik. Dengan kata lain, media sosial tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga arena partisipatif yang membentuk pola komunikasi politik masa kini.

### **Meme Politik sebagai Representasi Komunikasi Kritis**

Meme politik merupakan bentuk komunikasi visual yang memadukan humor, kritik, dan pesan politik dalam format yang singkat dan mudah dipahami. Meme politik tidak tercipta secara acak, melainkan lahir sebagai respons terhadap isu dan peristiwa politik yang tengah menjadi sorotan publik (Suryana Putra et al., 2023). Dalam konteks ini, meme berfungsi sebagai media kritik yang dapat menantang narasi dominan dan membuka ruang diskusi politik alternatif di ranah digital. (Fatanti & Prabawangi, 2021) menambahkan bahwa di Indonesia, meme politik telah berkembang menjadi instrumen wacana publik yang berperan besar dalam membentuk opini masyarakat. Sifatnya yang ringan namun kritis menjadikan meme politik sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pandangan dan menggugah kesadaran politik masyarakat luas.

### **Semiotika Roland Barthes dalam Analisis Meme Politik**

Pendekatan semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengurai makna yang tersembunyi di balik tanda-tanda visual dalam meme politik. Barthes membagi sistem pertandaan ke dalam dua tingkatan: denotasi, yaitu makna literal dari tanda, dan konotasi, yakni makna kultural atau ideologis yang melibatkan nilai-nilai sosial (Wibowo, 2013). Pada tingkat yang lebih dalam, konotasi dapat berkembang menjadi mitos, yaitu representasi ideologi atau kepercayaan kolektif yang hidup dalam masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana unsur visual—seperti warna, teks, atau ekspresi tokoh dapat membangun citra politik tertentu (Fahida, 2021).

### **Strategi Kampanye Digital dan Politik Identitas Lokal**

Efektivitas kampanye politik melalui media massa dan media sosial sangat bergantung pada kemampuan kandidat menyesuaikan pesan kampanye dengan konteks budaya lokal (Asiva Noor Rachmayani, 2018). Hal ini sejalan dengan temuan (Rizka Romadona, Rizki Amalia, Johan Jauhari, 2024) yang menyoroti pentingnya inovasi digital dan penggunaan strategi gimik di media sosial untuk menarik perhatian pemilih muda. Dalam konteks Pilkada Garut, adaptasi ini tercermin dari penggunaan meme yang mengangkat unsur lokal seperti bahasa Sunda, budaya daerah, serta kedekatan sosial masyarakat. Pendekatan berbasis kearifan lokal tersebut menjadi faktor penting dalam membangun

kedekatan emosional antara pasangan calon Syakur–Putri dengan konstituen, sekaligus memperkuat identitas politik mereka di mata publik.

### Tantangan Etis dalam Kampanye Berbasis Meme

Meski efektif sebagai sarana komunikasi politik, penggunaan meme juga menimbulkan tantangan etis yang tidak dapat diabaikan. Meme berpotensi disalahgunakan sebagai alat disinformasi, satir yang bersifat personal, atau bahkan propaganda yang menyesatkan. Karena itu, diperlukan kesadaran etika dari pelaku kampanye agar kreativitas digital tidak mengorbankan nilai-nilai demokrasi (Dewi, 2019).

### METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan landasan teori semiotika Roland Barthes. Pendekatan tersebut termasuk dalam paradigma postpositivistik, yang kerap disebut juga sebagai metode artistik karena menekankan kreativitas peneliti dalam proses analisis dan tidak sepenuhnya bergantung pada struktur yang kaku. Selain itu, metode ini bersifat interpretatif, sebab berfokus pada penafsiran makna dari data yang diperoleh di lapangan (Sugiyono, 2019). Metode analisis semiotik digunakan untuk mengungkap dan menafsirkan makna yang tersembunyi di balik simbol atau tanda yang muncul dalam suatu pesan atau teks. Karena bersifat kualitatif dan interpretatif, hasil analisis semiotik umumnya disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang kemudian ditafsirkan lebih lanjut sebelum ditarik kesimpulan berdasarkan temuan penelitian (Pusanti, 2015).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Tahap observasi dilakukan dengan mengamati dan memahami unggahan meme politik di media sosial Instagram yang berkaitan dengan Pemilu atau Pilkada 2024. Wawancara dilakukan dengan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan yang dianggap relevan dengan fokus penelitian. Sementara itu, dokumentasi dan studi kepustakaan digunakan untuk memperkuat data lapangan melalui referensi dan sumber literatur yang mendukung. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi empat tahapan utama, yaitu: (1) reduksi data, (2) pengkodean data, (3) penyajian data, dan (4) penarikan kesimpulan. Sementara itu, sumber data dalam penelitian ini berasal dari para informan dan narasumber yang berperan memberikan informasi relevan sesuai dengan fokus kajian penelitian.

Tabel 1. Data informan dan narasumber penelitian :

No	Nama	Keterkaitan Dalam Penelitian	Status
1	M. ishak Alyunan	Pengamat Politik	Narasumber
2	Dwi Novianto	Pengamat Politik	Narasumber
3.	Allysa Kiyana	Kreator Meme Politik Syakur Amin	Informan

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai tokoh pemikir strukturalis yang mengadopsi pendekatan linguistik dan semiologi dalam praktik analisisnya. Secara umum, semiotik dipahami sebagai disiplin ilmu atau metode yang menelaah sistem tanda. Istilah "*semiologi*" yang digunakan Barthes merujuk pada kajian terhadap cara manusia memberikan makna terhadap suatu objek atau fenomena. Dalam hal ini, proses memberi makna (*to signify*)

tidak bisa disamakan dengan proses menyampaikan pesan atau komunikasi (*to communicate*) (Nathaniel & Sannie, 2018). Dalam buku *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* dijelaskan bahwa teori semiotika Roland Barthes membagi sistem pertandaan ke dalam dua tingkatan, yaitu *primary sign* (denotasi) dan *secondary sign* (konotasi). Denotasi mengacu pada makna paling dasar atau eksplisit dari suatu tanda, sedangkan konotasi berkaitan dengan makna tambahan yang muncul dari hubungan tanda tersebut dengan emosi, pengalaman pembaca, serta nilai-nilai budaya yang melatarbelakanginya (Wibowo, 2013).

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa makna denotatif cenderung menghasilkan pemahaman yang seragam di antara banyak orang, karena bersifat objektif. Sebaliknya, makna konotatif lebih dipengaruhi oleh emosi atau pemikiran individu, sehingga hanya dapat dipahami oleh mereka yang memiliki latar belakang atau pengalaman serupa (Sobur, 2013).

Tak berhenti sampai di situ, pada tingkat kedua dalam sistem pertandaan (*primary sign*), terdapat "isi" yang oleh Barthes disebut sebagai mitos. Mitos ini dipahami sebagai narasi yang digunakan dalam suatu budaya untuk merepresentasikan atau menerangkan berbagai aspek kehidupan dan alam semesta (Nathaniel & Sannie, 2018). Bagi Barthes, mitos merupakan cerminan cara pandang sosial terhadap suatu hal yakni cara masyarakat membentuk konsep dan memahami realitas di sekitarnya (Fahida, 2021). Dalam pandangan Barthes, mitos berfungsi sebagai sistem komunikasi karena di dalamnya terkandung pesan-pesan tertentu. Oleh karena itu, mitos bukan sekadar objek atau konsep, melainkan sebuah cara penandaan melalui bentuk (Hoed, 2014). Menurut Van Persen, mitos adalah narasi yang memberikan arahan dan panduan bagi suatu kelompok masyarakat (Sobur, 2013).

### **Analisis Semiotik Meme Politik Pada Media Sosial @SyakurAmin**

Terdapat 4 meme politik yang di unggah pada tanggal 11 November 2024 di akun instagram @Syakuramin. Teori semiotika Roland Barthes, yang terdiri dari makna denotasi, konotasi, dan mitos, digunakan untuk menganalisis pada penelitian ini.

Sehingga terungkap pemaknaan sebagai berikut:



Gambar 1 Meme Politik Calon Kandidat  
Sumber: Instagram @Syakuramin

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan meme politik oleh pasangan Syakur Amin dan Putri Karlina di media sosial Instagram @SyakurAmin dianggap berhasil menarik perhatian publik, terutama kalangan muda. Narasumber M. Ishak Alyunan, selaku pengamat politik lokal, menyampaikan bahwa strategi ini menunjukkan kemampuan tim kampanye memahami perubahan perilaku komunikasi masyarakat di era digital. Pernyataan tersebut memperkuat temuan penelitian bahwa meme tidak hanya menjadi hiburan visual, tetapi juga alat komunikasi politik yang efektif dalam menyebarkan ide dan membentuk citra. Meme seperti "*Bupati Gemoy–Bupati Aing*" terbukti menciptakan kesan kedekatan dan keakraban, menjadikan figur calon bupati

terasa lebih dekat dengan masyarakat. Dalam analisis semiotik Roland Barthes, meme ini mengandung makna denotatif berupa representasi visual kandidat, sementara konotasinya menggambarkan karakter santai dan terbuka. Secara mitologis, meme tersebut membangun narasi bahwa pemimpin ideal bukan lagi figur elitis, tetapi sosok yang membumi dan komunikatif.



Gambar 2 Meme Politik Calon Kandidat  
Sumber: Instagram @Syakuramin

Sementara itu, Allysa Kiyana, kreator meme politik pasangan Syakur–Putri, mengungkapkan bahwa setiap unggahan dirancang dengan mempertimbangkan konteks sosial dan bahasa lokal. Hal ini menunjukkan adanya penerapan strategi komunikasi berbasis kultural yang relevan dengan temuan (Asiva Noor Rachmayani, 2018) yaitu pentingnya menyesuaikan pesan kampanye dengan karakter sosial masyarakat lokal. Pendekatan ini juga memperlihatkan dimensi partisipatif, karena publik ikut menanggapi dan membagikan ulang meme tersebut, menjadikannya bagian dari percakapan digital yang lebih luas.

Secara denotasi, gambar menunjukkan pasangan Syakur-Putri berada di tepi pantai bersama para nelayan, anak-anak, serta aktivitas ekonomi lokal seperti pasar dan permainan pantai, disajikan dalam dua dimensi atas dan bawah laut. Konotasinya memperlihatkan kepedulian paslon terhadap sektor maritim, pesisir, dan ekonomi berbasis alam wilayah yang sering kali tertinggal dalam narasi pembangunan. Penggunaan efek visual bawah laut juga menyimbolkan transparansi, kedalaman pemahaman akan kebutuhan rakyat, serta potensi sumber daya yang belum tergali sepenuhnya. Mitos yang ditawarkan adalah bahwa pemimpin yang baik harus memiliki visi holistik, tidak hanya berpijak pada pembangunan darat tetapi juga laut, dan bahwa mereka mampu menyelami problematika serta potensi daerah dari segala sisi, termasuk sektor kelautan yang menjadi denyut nadi banyak masyarakat pesisir di Garut.



Gambar 3 Meme Politik Kampanye  
Sumber: Instagram @Syakuramin

Lebih lanjut, informan Dwi Novianto, salah satu masyarakat pengguna media sosial yang mengikuti akun @SyakurAmin, mengungkapkan bahwa meme politik membuatnya lebih mudah memahami visi calon tanpa harus membaca teks panjang. Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa meme menjadi media komunikasi politik yang inklusif dan adaptif terhadap gaya konsumsi informasi masyarakat modern. Dalam kerangka teori Barthes, efek ini muncul karena kekuatan konotasi visual yang mampu menggugah emosi dan membangun makna sosial secara instan. Meme “*Legenda Siliwangi dan Anak-anak*”, misalnya, menampilkan konotasi pendidikan dan nilai budaya lokal, sementara mitos yang tercipta ialah figur pemimpin yang peduli pada pelestarian identitas daerah dan pendidikan generasi muda.



Gambar 4 Meme Politik Kampanye  
Sumber: @Syakuramin

Secara denotasi, gambar ini menampilkan suasana jalanan perkotaan dengan pasangan calon Syakur-Putri yang sedang membagikan jus buah kepada warga dari berbagai usia dan latar belakang, di samping angkot bertuliskan “Sonagar Garut” yang dipenuhi penumpang. Secara konotasi, adegan ini menunjukkan bahwa paslon ingin tampil sebagai figur yang membaaur dengan masyarakat, tidak berjarak, dan hadir langsung di tengah denyut kehidupan warga kecil seperti pengguna angkot atau pedagang kaki lima. Mereka tidak hanya “melihat dari jauh” tetapi turun langsung, menyapa, dan memberi. Mitos yang dibentuk adalah bahwa pemimpin ideal adalah yang sederhana, peduli, tidak elitis, dan memiliki keterikatan emosional dengan kehidupan rakyat sehari-hari, terutama ekonomi informal yang sering terabaikan. Gambar ini juga membungkus citra “kerakyatan” dengan nuansa nostalgia dan kedekatan budaya lokal Garut.

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye berbasis meme memberikan pengaruh nyata terhadap persepsi publik. Meme-meme tersebut tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga memfasilitasi dialog sosial di dunia maya yang lebih ringan dan terbuka. Publik merasa terlibat secara emosional karena visual dan bahasa yang digunakan mencerminkan keseharian mereka. Temuan ini memperkuat pandangan (Fatanti & Prabawangi, 2021) bahwa meme politik berperan penting dalam pembentukan opini publik dan representasi wacana politik kritis di Indonesia. Namun demikian, para narasumber juga menekankan pentingnya etika dalam penggunaan meme politik. Kehati-hatian tersebut sejalan dengan pandangan (Dewi, 2019) tentang tanggung jawab moral dalam komunikasi publik di ruang digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan kampanye pasangan Syakur-Putri melalui meme politik tidak hanya bergantung pada daya tarik visual, tetapi juga pada kepekaan sosial dan etika dalam menyampaikan pesan.

### **Analisis Diskusi: Makna Simbolik dan Ideologis Meme Politik Pasangan Syakur–Putri**

Analisis terhadap empat jenis meme politik yang diunggah di akun Instagram @SyakurAmin menunjukkan bahwa setiap unsur visual dan teks yang digunakan memiliki fungsi lebih dari sekadar hiburan politik. Elemen-elemen tersebut berperan dalam membentuk konstruksi makna yang membangun citra pasangan calon di mata publik. Berdasarkan kerangka semiotika Roland Barthes, makna dalam setiap meme dapat diuraikan melalui tiga lapisan utama: denotasi, konotasi, dan mitos.

Pada tingkat denotasi, meme politik pasangan Syakur–Putri menampilkan gambar kandidat, simbol-simbol daerah seperti domba Garut, serta elemen khas lokal seperti bahasa Sunda dan ikon kuliner. Secara literal, elemen-elemen ini menggambarkan keberadaan pasangan calon dalam keseharian masyarakat. Namun, pada tingkat **konotasi**, unsur tersebut memuat pesan kultural dan emosional yang lebih dalam. Seperti disampaikan oleh narasumber M. Ishak Alyunan, penggunaan elemen lokal tidak hanya mempertegas identitas daerah, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara kandidat dan masyarakat. Dengan demikian, pasangan Syakur–Putri dipersepsikan bukan sebagai figur elitis, melainkan bagian dari masyarakat itu sendiri. Dalam lapisan **mitos**, meme politik pasangan ini mengonstruksi citra kepemimpinan populis yang berpihak pada rakyat kecil dan berakar pada nilai-nilai lokal. Contohnya, meme “*Penjual Jus dan Angkot Sonagar*” menciptakan mitos tentang sosok pemimpin yang memahami kehidupan rakyat sederhana. Barthes menjelaskan bahwa mitos berfungsi sebagai cara budaya menafsirkan realitas dan menormalisasi ideologi tertentu (Sobur, 2013). Dalam konteks ini, mitos yang dibangun melalui meme berupaya menanamkan kesadaran kolektif bahwa Syakur–Putri adalah representasi dari “pemimpin rakyat Garut yang dekat, sederhana, dan religius.”

Temuan tersebut sejalan dengan hasil wawancara bersama Allysa Kiyana, kreator meme kampanye, yang menuturkan bahwa setiap desain dirancang untuk menonjolkan “keunikan lokal” sekaligus menampilkan kesederhanaan tokoh. Pendekatan ini sejalan dengan konsep konotasi budaya menurut Barthes, di mana tanda visual dipilih bukan hanya karena bentuknya, tetapi juga karena makna sosial yang melekat padanya. Melalui penggunaan visual khas Garut dan bahasa daerah, pesan politik menjadi lebih autentik dan mudah diterima oleh masyarakat, terutama generasi muda yang cenderung menghindari bentuk komunikasi politik yang kaku dan formal. Dari sisi ideologis, strategi ini mencerminkan pergeseran pola kampanye dari sistem yang bersifat hierarkis menuju bentuk yang lebih horizontal dan dialogis. Jika dalam kampanye konvensional kandidat menjadi pusat pesan, maka melalui media meme, publik justru berperan sebagai mitra dalam proses penyebaran makna.

Lebih jauh, analisis semiotik terhadap meme politik pasangan Syakur–Putri juga mengungkap simbolisasi citra “pasangan santri.” Visual bernuansa religius dan narasi sederhana dalam meme memperkuat mitos tentang sosok pemimpin yang tidak hanya cerdas secara politik, tetapi juga memiliki integritas moral dan spiritual. Nilai religiusitas ini penting karena mencerminkan karakter masyarakat Garut yang dikenal agamis. Barthes menegaskan bahwa mitos berfungsi untuk “menaturalisasi” ideologi tertentu, sehingga nilai religius dalam kampanye tersebut diterima secara alami sebagai bagian dari identitas pasangan calon. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik pasangan Syakur–Putri melalui meme di media sosial berhasil membangun citra politik yang kuat dan relevan. Keberhasilan ini ditopang oleh tiga unsur utama: konteks budaya lokal, pendekatan visual yang kreatif, serta pesan ideologis yang tertanam dalam simbol-simbol visual. Dengan demikian, meme tidak hanya berperan sebagai alat kampanye, tetapi juga menjadi media pembentuk makna sosial yang berpengaruh terhadap persepsi publik dan dinamika politik lokal.

## **Refleksi Kritis dan Implikasi Demokratis Meme Politik**

Meskipun penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan meme politik oleh pasangan Syakur Amin dan Putri Karlina umumnya mendapatkan respons positif serta efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan publik, terutama pemilih muda, temuan tersebut tetap perlu dibaca secara kritis. Tidak semua audiens menafsirkan meme politik dengan cara yang sama. Sebagian kalangan memandang bahwa penggunaan humor, gaya akrab, dan visual populer dalam meme berpotensi menyederhanakan pesan politik. Akibatnya, substansi kebijakan dan isu-isu programatik yang lebih kompleks dapat tersamarkan. Dalam konteks ini, meme tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi politik, tetapi juga berisiko mereduksi politik menjadi sekadar hiburan visual, sehingga menurunkan kedalaman pemahaman publik terhadap persoalan struktural yang seharusnya menjadi fokus demokrasi.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep *politik gimik* dalam teori komunikasi politik, yaitu strategi kampanye yang mengandalkan daya tarik simbolik dan emosional untuk meningkatkan visibilitas kandidat di ruang digital. Politik gimik terbukti efektif dalam menarik perhatian publik dan membangun citra positif dalam jangka pendek. Namun, apabila tidak diimbangi dengan penyampaian gagasan yang substantif, strategi ini berpotensi melemahkan kualitas deliberasi publik. Dalam perspektif semiotika Roland Barthes, mitos kepemimpinan yang ditampilkan sebagai sosok “merakyat” dan “sederhana” melalui meme dapat menaturalisasi ideologi tertentu, sehingga citra politik diterima sebagai kebenaran simbolik tanpa melalui proses kritik yang memadai dari masyarakat.

## **PENUTUP**

Penggunaan meme politik oleh pasangan calon Syakur Amin dan Putri Karlina dalam Pilkada Garut 2024 terbukti menjadi strategi kampanye yang efektif dalam membentuk citra, menyampaikan pesan politik, dan menjangkau pemilih, khususnya generasi muda di media sosial. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, kelima meme yang dianalisis merepresentasikan berbagai makna mulai dari kedekatan emosional, keberpihakan pada rakyat kecil, pelestarian budaya, hingga penguatan identitas kampanye yang semuanya membentuk konstruksi simbolik terhadap figur paslon. Dampaknya terlihat pada meningkatnya keterlibatan publik, persepsi positif, serta ruang partisipasi politik yang lebih segar dan kreatif di ranah digital. Namun, efektivitas ini harus diiringi dengan kesadaran etis, mengingat meme berpotensi menyebarkan informasi yang menyesatkan jika tidak dikelola secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, meme politik dalam konteks demokrasi lokal bukan hanya sarana kampanye visual, melainkan juga alat komunikasi yang sarat makna dan berpengaruh terhadap kualitas demokrasi itu sendiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asiva Noor Rachmayani. (2018). *Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi*. 6.
- Dewi, R. S. (2019). KREATOR MEME DAN KONSTRUKSI MAKNA MEME POLITIK DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 1–16.
- Fahida, S. N. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film “ Nanti Kita Cerita Hari Ini ” ( NKCTHI ) Karya Angga Dwimas Sasongko. *Cinematology: Journal Anthology of Film and Television Studies*, 1(2), 33–42.

- Fatanti, M. N., & Prabawangi, R. P. (2021). Meme Politik Dalam Ruang Wacana Komunikasi Politik Di Indonesia. *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(2), 163–174. <https://doi.org/10.17933/diakom.v4i2.253>
- Harnia, N. T. (2021). Analisis Semiotika Makna Cinta Pada Lirik Lagu “Tak Sekedar Cinta” Karya Dnanda. *Jurnal Metamorfosa*, 9(2), 224–238. <https://doi.org/10.46244/metamorfosa.v9i2.1405>
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sanders Pierce, Marcel Danesi & Paul Perron, dll.* Komunitas Bambu.
- Kusuma, L., & Anshori, M. (2021). Analisis Deskriptif Manajemen Redaksional Surat Kabar Lokal Radar Sumbawa Ditengah Arus Media Online. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v3i1.1055>
- Nathaniel, A., & Sannie, A. W. (2018). Analisis Semiotika Makna Kesendirian Pada Lirik Lagu “Ruang Sendiri” Karya Tulus Semiotic Analysis of Self Meaning in Ruang Sendiri Lyrics By Tulus. *Semiotika*, 19(2), 107–117.
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>
- Pusanti, R. R. (2015). *REPRESENTASI KRITIK DALAM MEME POLITIK ( Studi Semiotika Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada jejaring sosial ' ' path ' ' sebagai media kritik di Era Siber )*.
- Rizka Romadona, Rizki Amalia, Johan Jauhari, D. F. Z. (2024). *DINAMIKA KAMPANYE POLITIK DI ERA DIGITAL: ANALISIS STRATEGI GIMIK MEDIA SOSIAL PRABOWO GIBRAN PEMILU 2024*. 6(2), 134–148.
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. 1, 2.
- Sobur, A. (2013). *Filsafat dan Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, D. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta* (Nomor January).
- Suryana Putra, A., Rizka Aditriyana, M., Sri Widya, N., & Fachrul Nurhadi, Z. (2023). Meme Politik Sebagai Representasi Komunikasi Kritis Di Media Sosial. *Jurnal Syntax Fusion*, 3(09), 1004–1017. <https://doi.org/10.54543/fusion.v3i09.363>
- Wibisono, P., & Sari, Y. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh Dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30–43.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi* (Cetakan ke). Mitra Wacana Media.