

BAB III

PENERIMAAN MAHASISWA FISIPOL ATAS SARKASME POLITIK

AKUN INSTAGRAM @nurhadi_aldo

A. Catatan Pembuka

Bab III ini akan berisi sajian data dan pembahasan serta lebih mendalam mengenai bagaimana pembaca atau khalayak memaknai sarkasme yang digambarkan dalam konten di akun *Instagram* “Dildo” yang terbagi dalam beberapa sub-bab. **Pertama**, setelah catatan pembuka ialah sajian data berupa profil informan atau konteks sosial yang melingkupi masing-masing informan. **Kedua**, peneliti akan menjelaskan proses pengumpulan data, meliputi waktu, tempat, dan pelaksanaan wawancara yang telah dilakukan. **Ketiga**, peneliti akan menjelaskan kerangka pengetahuan dari masing-masing informan yang didapatkan melalui keluarga, sekolah, universitas dan lainnya. **Keempat**, akan berisi hubungan produksi tentang bagaimana pengaruh membaca informan. **Kelima**, berupa proses pengumpulan data mengenai analisis *decoding* dari *followers* akun *Instagram* “Dildo” dengan membagi konten foto dalam akun *Instagram* “Dildo”. **Keenam**, peneliti akan melakukan posisi hipotekal mahasiswa dalam memaknai sarkasme dalam akun *Instagram* “Dildo” dengan menggunakan model analisis resepsi *encoding-decoding* milik Stuart Hall. **Ketujuh**, peneliti membuat catatan penutup yang berisikan hasil temuan dan rangkuman pembahasan dalam penelitian ini.

B. Profil Informan

Penelitian ini merupakan penelitian analisis resepsi audiens, maka audiens merupakan bagian terpenting dalam memperoleh data dan mengelolanya sehingga memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini akan menjabarkan profil informan secara mendalam dan melakukan wawancara mendalam dengan informan. Informan dari penelitian ini terdiri dari enam orang dari dua organisasi yang berbeda, yaitu Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan latar belakang sosial budaya, hobi dan pengalaman yang berbeda.

Tabel 3.1 Profil Informan dari Organisasi IMM UMY

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Jabatan	Daerah Asal
1	Putri Citra Larasati	21	Mahasiswa	Sekretaris Bidang Seni Budaya dan Olahraga Pimpinan Komisariat IMM Fisipol	Banjarnegara
2	Sofia Hasna	22	Mahasiswa	Ketua Bidang Media dan Komunitas Pimpinan Cabang IMM AR Fakhrudin	Semarang

3	Adit Dia Untung Tria Sakti	23	Mahasiswa	Sekretaris Umum Pimpinan Komisariat IMM Fisipol	Lampung
---	----------------------------------	----	-----------	---	---------

Sumber: Wawancara Dengan Informan

Tabel 3.2 Profil Informan dari Organisasi BEM UMY

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Jabatan	Asal
1	Folta Juna	22	Mahasiswa	Anggota BEM Fisipol	Kebumen
2	Farhan Aryasya	22	Mahasiswa	Anggota BEM Fisipol	Medan
3	Andi Muhammad Arif M	22	Mahasiswa	Gubernur BEM Fisipol 2018/2019	Samarinda

Sumber: Wawancara Dengan Informan

C. Kerangka Pengetahuan

Makna sebuah pesan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan individu, jika pengetahuannya bertambah atau berubah maka pemaknaan terhadap sebuah teks juga bisa berubah. Hal ini karena manusia bersifat dinamis dan selalu berkembang. Sistem nilai, norma, budaya, serta cara pandangnya melihat dunia merupakan beberapa hal yang membentuk dan menjadi salah satu konteks dalam *decoding* seorang individu.

Kerangka pengetahuan didapatkan seorang individu secara nonformal melalui keluarga dan dari nilai-nilai budaya di lingkungan sosial dan secara formal didapatkan dari sekolah, universitas, atau tempat-tempat formal lainnya. Kerangka pengetahuan dapat ditelusuri, misalnya melalui seberapa dalam pengetahuan seseorang terhadap sebuah teks media. Dalam penelitian ini yang akan dilihat adalah bagaimana audiens membaca teks yang disampaikan oleh pembuat konten sarkasme di *Instagram* melalui akun Instagram “Dildo”. Kerangka pengetahuan disini juga dapat dilihat dari tingkat pendidikan formal serta bidang ilmu yang digeluti, pekerjaan, pemahaman tentang politik, pengalaman, latar belakang, serta pengetahuan-pengetahuan yang ada di sekitar audiens yang dapat membantu dalam *mendecoding* pesan.

Kemudian, dalam kerangka pengetahuan audiens dapat diketahui bagaimana audiens tersebut mulai menggunakan Instagram dan kegiatan apa yang dilakukan di Instagram. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa teori *encoding* dan *decoding* digunakan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan atau penerimaan teks yang dilakukan oleh audiens dari sebuah konten media. Bagaimana proses penyampaian sebuah pesan kepada audiens, kemudian pesan dikirim dan diterima dengan menimbulkan efek tertentu didalam audiens. Efek yang berbeda yang timbul didalam audiens diakibatkan oleh pengaruh dari faktor-faktor tertentu seperti lingkungan, keluarga, sekolah, usia, agama maupun pekerjaan.

Dari penjelasan diatas, kerangka pengetahuan yang dapat peneliti ambil dari para informan seperti Putri Citra Larasati yang merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Perempuan kelahiran Banjarnegara 21 tahun silam ini memiliki hobi yaitu mendengarkan radio. Selain hobinya mendengarkan radio, Laras juga sangat aktif menggunakan media sosial *Instagram* sejak enam tahun silam. Laras biasanya menggunakan *Instagramnya* untuk mengunjungi akun *olshop* dan *lifestyle*. Laras mengikuti kegiatan organisasi kampus yaitu IMM yang dimana merupakan wadah mahasiswa untuk belajar mengembangkan wawasan mereka mengenai politik.

Kemudia kerangka pengetahuan Sofia Hasna atau akrab disapa Sofia adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sofia yang lahir 22 tahun silam tepatnya 4 Mei 1997 ini memiliki hobi membaca dan menonton film. Didalam organisasi yang Sofia ikuti, sofia menjabat sebagai Ketua Bidang Media dan Komunikasi Pimpinan Cabang IMM AR Fakhruddin Kota Yogyakarta. Sejak duduk dibangku SMA, dalam bersosialisasi sofia juga menggunakan media sosial *Instagram* sebagai wadah untuk menerima informasi dan hiburan. Dalam kurun waktu 24 jam, ia bisa menghabiskan waktu sekitar 15 menit sampai 30 menit perhari.

Selanjutnya, Adit Dia Untung Tria Sakti yang kerap disapa Adit ini merupakan salah satu mahasiswa jurusan Hubungan International di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adit yang memiliki hobi

travelling ini menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial Instagram dan *whatsapp*. Adit telah menggunakan media sosial *Instagram* sejak masuk ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan intensitas waktu yang tidak menentu. Adit biasanya menggunakan Instagram untuk mencari informasi yang kurang ia pahami.

Informan pertama dari Organisasi BEM adalah Folta Juna atau akrab disapa Folta saat ini melanjutkan pendidikannya di jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Muhamadiyah Yogyakarta. Folta lahir di Kebumen, 7 Juni 1997. Folta yang memiliki hobi untuk bernafas ini memiliki kesibukan Editing Video selain kuliah. Selain mengikuti Organisasi BEM, Folta juga mengikuti Organisasi IKOM Radio, PENA, dan Mamiko. Dalam bersosialisasi, Folta sering menggunakan media sosial *Instagram*, ia telah menggunakan *Instagram* sejak tahun 2014 dengan intensitas waktu yang ia gunakan hampir satu sampai tiga jam perhari. Folta biasanya mengunjungi akun Dagelan dan akun humor yang ada di *Instagram*.

Kemudian informan yang kedua yaitu Farhan Aryasya, mahasiswa asal Medan yang lahir pada tanggal 11 Februari 1997 ini memiliki hobi traveling. Farhan aktif dalam mengikuti kegiatan organisasi kampus seperti HMI, BEM dan kegiatan organisasi daerah seperti Himpunan Mahasiswa Sumatra Utara (HIMSU). Selain memiliki hobi traveling, Farhan juga aktif menggunakan media sosial *Instagram* dan *twitter* sejak

tujuh tahun yang lalu. Farhan biasanya menggunakan media sosial instagramnya untuk melihat hiburan-hiburan yang mengedukasi.

Lalu informan ketiga dari BEM yaitu Andi Muhammad Arief M atau yang biasa dipanggil Andi Arif, mahasiswa asal Samarinda yang lahir 22 tahun silam ini memiliki hobi untuk bertravelling. Arif yang kini memiliki kedudukan sebagai ketua BEM ini juga aktif dalam beberapa organisasi seperti BEM, IMM, dan Fismo. Dalam bersosialisasi Arif menggunakan media sosial *Instagram*, *Whatsapp*, *Twitter* dan *Line*. Andi biasanya menggunakan *Instagramnya* untuk melihat akun-akun dakwah dan politik.

D. Hubungan Produksi Dalam *Decoding*

Hubungan produksi dalam konteks *decoding* adalah bagaimana hubungan antara pengguna *Instagram*. Dalam hal ini menjelaskan tentang bagaimana cara pengguna memahami maksud atau makna yang disampaikan melalui konten *Instagram* “Dildo”. Kemudian proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *indepth interview* (wawancara mendalam) yang telah peneliti laksanakan bersama informan dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Kegiatan *interview* bersama informan dilaksanakan pada waktu yang berbeda beda dan bertempat di lokasi yang berbeda-beda pula.

Kegiatan wawancara yang peneliti lakukan bersama dengan para informan dari mahasiswa ini berlangsung dengan kondusif dan lancar. Saat

proses wawancara berlangsung, para informan dengan antusias menanggapi pertanyaan yang diajukan dalam akun *Instagram* “Dildo” dan dengan senang menyampaikan pandangan mereka masing-masing. Saran maupun pendapatnya terkait dengan topik penelitian yang dibahas oleh peneliti.

Selain menggunakan akun *Instagram* sebagai sumber informasi, informan seperti Laras, Sofia, Farhan, Folta, dan Adit juga menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media hiburan. Berbeda dengan Andi yang menggunakan *Instagram* lebih lebih ke dakwah dan melihat perkembangan politik. Keenam informan ini sama-sama mengetahui akun *Instagram* humor yang dikenalkan oleh “Dildo”. Menurut mereka, hadirnya “Dildo” dapat menjadi hiburan ditengah panasnya perpolitikan di Indonesia. Kehadiran “Dildo” waktu menjelang pemilu memanglah sangat dibutuhkan, yang dimana masyarakat sudah terpecah menjadi dua kubu, dan kehadirannya adalah salah satu alternative penghibur ketika dua kubu capres ini sedang panas-panasnya. Mereka juga berpendapat bahwa akun tersebut cukup cerdas dalam mengangkat isu-isu yang tengah berkembang belakangan ini.

E. Penerimaan Mahasiswa Terhadap Konten Sarkasme Pada Akun *Instagram* “Dildo”

Penerimaan mahasiswa ini merupakan kelanjutan dari infrastruktur teknis dari *encoding*, yang mana pada infrastruktur teknis dalam *Instagram* “Dildo” meliputi postingannya. Sedangkan infrastruktur teknis dalam

decoding meliputi sarana apa yang digunakan dalam mengkonsumsi media, bagaimana suasana saat melakukan wawancara. Para informan dari Organisasi IMM dan BEM ini kebanyakan mengetahui “Dildo” dari media sosial *Instagram* dan *twitter*. Saat melakukan wawancara para informan dengan senang dan antusias dalam menyampaikan pendapat mereka tentang fenomena di Instagram “Dildo”. Karena antusiasme dari para informan dalam menyampaikan pendapatnya membuat proses diskusi menjadi menyenangkan dan berjalan dengan baik serta kondusif.

Pada pembahasan selanjutnya, peneliti memilih empat sub pembahasan yang telah dianalisis *encoding* pada Bab II, untuk didiskusikan dengan para informan saat pelaksanaan wawancara berlangsung. *Reception studies* digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca pada suatu media. Dalam proses penerimaan pesan dari media dibutuhkan infrastruktur teknis untuk mendukung khalayak dalam proses memaknai pesan dan pemahamannya dalam mengkonsumsi sebuah pesan dari media tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana informan memaknai konten sarkasme yang ditampilkan dalam akun Instagram “Dildo” menggunakan analisis resepsi dari Stuart Hall.

1. Penerimaan Terhadap Postingan Dana Awal Kampanye

Gambar 3.1 Postingan Dana Awal Kampanye



Sumber: (https://www.instagram.com/nkr.internet_nurhadialdo/?hl=id diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pukul 17.14)

Sebelum masuk dalam pembahasan ini, peneliti ingin menyampaikan bahwa ini merupakan kelanjutan dari infrastruktur teknis yang terdapat pada *decoding* yang mana dalam proses mengkonsumsi media para informan menggunakan *handphone* sebagai sarana untuk membuka *Instagram*. Setelah proses dalam mengkonsumsi media, para informan menyampaikan pendapat mereka tentang kemunculan akun *Instagram* “Dildo”. Pada postingan yang diunggah terlihat pada *headline* tertulis “Dana Awal Kampanye

Pilpres 2019”. Pada gambar terlihat foto paslon 01 yaitu Jokowi dan Ma’ruf Amin dengan dana awal kampanye sebesar Rp. 11 miliar dengan keterangan sumber dana yang didapat berupa Rp. 8,5 miliar berupa uang tunai dan selebihnya berupa jasa yang dimana sumbangan berasal dari empat perusahaan dan satu orang penyumbang pribadi. Sementara foto paslon 02 yaitu Prabowo dan Sandiaga Uno dengan dana awal kampanye sebesar Rp. 2 miliar yang bersumber dari dana Prabowo sendiri yang berjumlah Rp. 1 miliar dan dana Sandiaga Uno yang juga berjumlah sama. Pada gambar ketiga dari postingan diatas terlihat sosok Nurhadi yang memberikan sebuah amanat yaitu “Coba bayangkan jika uang sebanyak itu disalurkan kepada rakyat misqueen didesa dan kota”.

Banyaknya politik uang umumnya dilakukan simpatisan, kader atau bahkan pengurus partai politik menjelang hari H pemilih umum. Praktik politik uang dilakukan dengan cara pemberian berbentuk uang, sembako antara lain beras, minyak dan gula kepada masyarakat dengan tujuan untuk menarik simpati masyarakat agar mereka memberikan suaranya untuk partai ataupun capres yang bersangkutan. Hal inilah yang membuat Edwin dan tim membuat postingan ini dengan menggambarkan pengeluaran anggaran dana yang dilakukan oleh kedua paslon.

Pada postingan tersebut Nurhadi membuat suatu gambar yang berisikan sebuah pesan sarkasme, yang mendeskripsikan terkait

penggunaan dana yang besar pada awal kampanye untuk mempersuasi masyarakat terkait kepentingan masing-masing paslon. Postingan tersebut ditujukan untuk menyadarkan masyarakat bahwa dengan dana sebesar itu dapat sangat bermanfaat apabila digunakan untuk kepentingan masyarakat. Dengan begitu diharapkan masyarakat akan lebih kritis.

Merujuk pada apa yang dipetakan oleh *Indonesia Corruption Watch* (ICW) dari pemilu 2014 dan beberapa pilkada yang digelar selanjutnya, pola jual beli suara ini bervariasi. Ada yang langsung diterima oleh pemilih yang menerima manfaat politik uang itu, bisa juga dilakukan secara tidak langsung, yakni oleh orang-orang yang tidak memiliki kepentingan secara langsung. Almas dari ICW mengatakan, biasanya praktik jual beli suara ini dilakukan secara *door-to-door*, dengan mendatangi pemilih kemudian memberikan uang secara langsung. Besarnya pun beragam, dari bentuk pemberiannya, tidak hanya dalam bentuk tunai, tapi banyak juga diberikan dalam bentuk *voucher*. Mengacu pada pasal 523 Undang-Undang Pemilu, pelaksanaan kampanye dan tim kampanye dilarang memberikan uang atau materi lainnya kepada pemilih pada masa kampanye masa tenang dan dihari pemungutan suara. Pelarangan ini juga berlaku untuk paket bahan pokok dan *voucher*. (<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-47747515> diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 11.20)

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari berita mengenai dana awal kampanye adalah dana kampanye yang keluar seharusnya memang dana yang dialokasikan oleh capres untuk keperluan kampanye mereka. Masing-masing pasangan capres sendiri mempunyai jumlah dana dan sumber dana yang pastinya berbeda-beda. Pengalokasian dana yang disebutkan sepertinya kurang digunakan dengan baik oleh orang-orang dibalik partai tersebut maupun para pendukung capres. Merujuk dari pemilu 2014 dan beberapa pilkada yang digelar, banyak laporan yang diberikan dari masyarakat mengenai politik uang. Politik uang yang dilakukan dengan cara pemberian berbentuk uang, sembako, dan lain sebagainya yang diharapkan dapat menarik simpatik masyarakat.

Informan I adalah Putri Citra Larasati, mahasiswa jurusan ilmu komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini menganggap bahwa hadirnya “Dildo” ini sedikit memberikan refleksi untuk masyarakat agar tidak terlalu tegang dalam menghadapi pilpres. Laras juga mengatakan bahwa akun *Instagram* “Dildo” tidak bisa dikatakan sebagai sumber pengetahuan politik. Karena menurutnya akun tersebut hanya sebagai akun hiburan. Menanggapi kalimat sarkasme pada konten pada postingan dana awal kampanye, berikut di bawah ini adalah tanggapan Laras yang menyatakan tidak setuju dengan postingan dana awal kampanye pilpres 2019

“Aku sebenarnya kurang setuju dengan pernyataan yang tertera di postingan dana awal kampanye ini. Karena

kebutuhan kampanye tidak bisa disamakan dengan kebutuhan untuk rakyat, itu sudah beda dengan alokasi dana. Mereka juga membutuhkan dana untuk berkampanye tapi tidak menutup kemungkinan rakyat juga membutuhkan dana untuk rakyat miskin, tapi bukan berarti mereka tidak harus mengeluarkan dana sebanyak itu untuk kampanye dan mereka memang seharusnya mengeluarkan dana tersebut untuk kampanye. Jadi aku kurang setuju dengan gambar yang pertama” (Wawancara bersama Laras pada tanggal 11 juni 2019 pukul 07.17)

Tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Laras, informan ke II yaitu Sofia Hasna mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang juga mengikuti organisasi IMM ini menanggapi hadirnya “Dildo” sebagai fenomena terbaru. Menurutnya masyarakat Indonesia sedang jenuh dengan keadaan paslon 01 dan 02 yang saling serang. Sama halnya dengan Laras, Sofia tidak menjadikan akun “Dildo” sebagai pengetahuan politiknya karena Sofia menilai akun tersebut lebih kearah humor. Menurutnya walaupun postingannya humor, postingan tersebut juga mengandung fakta didalamnya yang dapat mendukung mengapa gambar dan kalimat itu dibuat. Sofia sendiri menyatakan setuju dengan apa yang disampaikan oleh “Dildo” dalam postingan gambar pertamanya.

“Saya setuju dengan postingan itu, ya itukan sebenarnya bentuk tamparan aja. Dengan mengeluarkan dan sebegitu banyak untuk kampanye tapi efek dampak buat rakyat tidak seberapa. Kan sebenarnya menjadi sebuah pertanyaan buat apa dana sebanyak itu kalau tidak berimbas banyak pada rakyat?” (Wawancara dengan Sofia pada tanggal 11 juni 2019 pukul 11.55)

Informan III, Adit Dia Untung Tria Sakti yang mengikuti Organisasi IMM ini menanggapi kehadiran “Dildo” di instagram cukup mengejutkan, dimana kehadirannya di waktu yang sangat tepat, yaitu di saat menjelang pemilu 2019 yang dimana saat ini masyarakat membutuhkan jalur alternatif seperti Nurhadi Aldo karena kondisi politik indonesia sedang tidak baik, muncul *Instagram* “Dildo” cukup mengatasi kegelisahan di beberapa kalangan masyarakat.

“Postingan yang diunggah pada gambar pertama ini ada benar dan salahnya. Karena menurutnya kampanye yang besar pasti membutuhkan biaya, tapi dia juga membingungkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh kedua paslon dengan nominal yang cukup banyak.” (Wawancara dengan Adit pada tanggal 22 juni 2019 pukul 14.54)

Informan IV, Folta Juna yang mengikuti Organisasi BEM di UMY memberikan pernyataan ketidaksetujuannya terhadap postingan dana awal kampanye yang menurutnya walau bagaimanapun kampanye adalah hal yang harus dilakukan sebagai negara yang menganut sistem demokrasi, dan kampanye termasuk bagian dari demokrasi. Menurutnya apa yang dilakukan oleh kedua paslon tidak ada salahnya karena itu pun sebuah modal untuk mereka.

“Disalurkan kepada rakyat miskin di desa dan kota, duit segitu kalau misalnya disalurkan ke rakyat miskin kan paling satu orangnya itu cuman berapa sih? Sedikit banget. Jadi sebenarnya gak ada itu pengaruhnya kalau mau di sumbangkan ke rakyat miskin di desa apalagi di kota.” (Wawancara dengan Folta pada tanggal 18 juni 2019 pukul 15.32)

Sama halnya dengan Sofia, informan V Farhan Aryasya merasa pernyataan yang dilontarkan oleh akun di Instagram “Dildo” tidak ada salahnya. Menurutnya uang sebanyak itu dapat membantu masyarakat miskin di desa dan di kota walaupun yang kita tau penduduk miskin di Indonesia itu cukup banyak. Farhan menambahkan bahwa itu sebenarnya merupakan kewajiban dari wakil rakyat dan pemimpin negaranya untuk menyajahterakan rakyatnya bukan malah menyajahterakan dirinya sendiri.

Informan VI yaitu Andi Muhammad Arief M menggunakan “Dildo” sebagai sumber pengetahuan politiknya karena menurutnya memang akhir-akhir ini sedang berlangsung pemilihan, hingga ia menjadikan akun “Dildo selain untuk hiburan juga sebagai sumber politiknya. Andi memiliki pendapat yang sama seperti informan I yaitu laras. Andi kurang setuju dengan apa yang disampaikan pada postingan dana awal kampanye, berikut adalah pernyataan yang disampaikan oleh Andi.

“Saya kurang setuju dengan gambar ini karena memang dalam kampanye kan banyak gitu dan toh orang-orang dibelakang mereka ini kan banyak juga gitu jadi kan kayak misalnya kalau dibilang mereka menggunakan uang itu untuk dipakai masyarakat miskin kan sebenarnya mereka juga mengeluarkan dana kampanyekan ngga kecil gitu.” (Wawancara dengan Andi pada tanggal 26 juni 2019 pukul 09.30)

Dilihat dari postingan dana awal kampanye, audiens yang setuju dengan tulisan yang disuarakan oleh Nurhadi termasuk kedalam

dominant hegemonic position terlepas dari apa fungsi dan guna dana yang dikeluarkan oleh kedua capres. Sedangkan *negotiated position* yaitu audiens yang mencampurkan opini dan latar belakangnya dengan apa yang terjadi di masa kampanye. Audiens yang masuk kedalam kategori *oppositional position* yaitu audiens yang tidak setuju dengan kalimat yang disuarakan oleh Nurhadi karena menurut audiens kalimat tersebut salah sasaran dan tidak tepat untuk sebuah sarkas.

2. Penerimaan Terhadap Postingan Masyarakat Miskin

Gambar 3.2: Postingan Masyarakat Miskin



Sumber: (https://www.instagram.com/nkr.internet_nurhadialdo/?hl=id diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pukul 17.14)

Tidak jauh berbeda dengan apa yang ditampilkan pada postingan dana awal kampanye, postingan masyarakat miskin yang menggambarkan wajah karikatur Nurhadi pun seolah olah disuarakan oleh Nuhadi itu mengatakan “Hari ini saya tidak bisa tidur karna masih banyak masyarakat MISKIN di negara ini yang harus segera untuk saya atasi. Bagaimana mungkin saya bisa beristirahat dengan tenang sementara diluar sana ada banyak sekali masyarakat miskin yang harus saya tertawakan nasibnya” ungkap didalam postingan yang diunggah.

Pada postingan tersebut dicitrakan bahwa Nurhadi adalah sosok *figure* politik yang memiliki pola pikir negarawan yang idealis. Tujuan dia memasuki dunia politik adalah untuk mensejahterakan rakyat dengan mengabdikan dan mengutamakan kepentingan masyarakat. Sedangkan saat ini banyak politisi yang menyalahgunakan jabatannya hanya untuk memperkaya diri sendiri.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) per Maret 2018 menunjukkan angka kemiskinan di Indonesia 9,82 persen (25,95 juta jiwa). Angka ini pertama kalinya kemiskinan Indonesia di bawah 10 persen. Namun, ada yang menyebutkan bahwa realitanya jumlah warga miskin di atas angka BPS. Berdasarkan data BPS sejak 1970 hingga 2018, tren angka kemiskinan cenderung menurun meski sempat naik di tahun 1996, 1998, 2002, 2005, 2006, 2013, 2015, dan 2017. Kemiskinan tertinggi terjadi pada tahun 1970, dimana terdapat 60 persen penduduk yang

masuk kategori miskin atau 70 juta jiwa. Berikut angka kemiskinan era Presiden Soeharto hingga Presiden Joko Widodo. (<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/02/112317326/infografik-angka-kemiskinan-era-soeharto-hingga-jokowi> diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 13.18)

Gambar 3.3 Infografis angka kemiskinan era Soeharto hingga Jokowi



Sumber: (<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/02/112317326/infografik-angka-kemiskinan-era-soeharto-hingga-jokowi>) diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 13.18)

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari berita mengenai jumlah kemiskinan di Indonesia adalah kemiskinan merupakan sebuah pr untuk siapa pun pemimpinnya. Jumlah masyarakat miskin di tahun 2018 terhitung menurun dibanding tahun 2017. Pada postingan di Instagram Nurhadi, peneliti tidak bisa membantah dengan apa yang ada di kalimat tersebut. Penduduk miskin adalah penduduk yang memiliki rata-rata pengeluaran perkapita per bulan dibawah garis kemiskinan. Walaupun jumlah masyarakat miskin terhitung menurun, tidak bisa dipungkiri masih banyak masyarakat yang tidak terhitung oleh BPS.

Informan I yaitu Laras yang mengikuti organisasi IMM ini setuju dengan apa yang disampaikan pada postingan masyarakat miskin. Laras menanggapi bahwa apa yang ada di gambar tersebut bentuk *real* dimasyarakat, karena memang seharusnya tugas seorang pemimpin maupun wakil rakyat mempertanggung jawabkan apa yang sudah ia capai. Berikut tanggapan singkat yang Laras utarakan seputar gambar yang kedua:

“memang masih banyak masyarakat miskin kenapa harus ditertawakan?” (Wawancara dengan Laras, pada tanggal 11 Juni pukul 07.17)

Tidak jauh berbeda dengan Laras, informan II yaitu Sofia berpendapat bahwa gambar tersebut sebagai bentuk poster satir untuk melihat kondisi perpolitikan sekarang yang banyak mengeluarkan uang untuk kepentingan tertentu. Sofia setuju dengan kalimat satir

yang diungkapkan dalam tulisan tersebut, karena bukan tidak mungkin politikus maupun pejabat negara menggunakan uang rakyat untuk kepentingannya tertentu sementara rakyat yang notabennya telah membayar mereka melalui pajak dan lainnya malah terbengkalai oleh mereka yang menyalahgunakan kepercayaan.

Informan III yaitu Adit menanggapi postingan tersebut yang menurutnya konten pada kalimat sarkasme yang di tujukan pemerintah saat ini terjadi, yang dimana banyak pemerintah tidak memperhatikan rakyat nya, yang mereka bawa hanya lah kepentingan mereka masing-masing. Padahal faktanya banyak sekali masyarakat yang masih membutuhkan bantuan.

Sama halnya dengan Informan I, II, dan III yaitu Laras, Sofia, dan Adit, Folta informan IV memiliki pendapat dan pandangan yang sama ketika membahas gambar kedua ini. Menurutnya sarkas yang ditulis “Dildo” cukup membuatnya terhibur dan ungkapan itu tidak ada salahnya karena memang kenyataannya demikian.

“Politikus-politikus di luar sana sedikit sekali yang peduli dengan masyarakat miskin, mereka hanya peduli dengan harta mereka yang juga digaji dari masyarakat, mereka dapat tertawa bahagia, makan enak, liburan ke luar negeri dibalik kesengsaraan rakyat miskin.” (Wawancara dengan Folta pada tanggal 18 juni 2019 pukul 15.32)

Menurut informan ke V, Farhan juga menyetujui dengan apa yang diposting pada gambar kedua ini, menurutnya sarkas yang dilontarkan cukup lucu dan menohok apalagi MISKIN harus

bertuliskan kapital semua yang menjelaskan kalau memang kenyataannya penduduk Indonesia rata-rata masih miskin. Tidak jauh berbeda dengan informan ke VI, Andi sangat menyetujui apa yang disuarakan oleh Nurhadi, berikut adalah pernyataan yang disampaikan oleh Adit.

“Setuju sih karena memang ya inikan kayak suara-suara aktifis gitu. Kayak kemarin mereka demokan kayak mereka tertidur disana, mereka masyarakat yang berdemo karena mungkin kondisi mereka yang tidak memungkinkan kan dan begitu.” (Wawancara dengan Andi pada tanggal 26 juni 2019 pukul 09.40)

Dilihat dari postingan masyarakat miskin, audiens yang masuk kedalam tipe *dominant hegemonic* ialah audiens yang menerima pesan sarkas apa yang dituliskan oleh Nurhadi tanpa adanya penolakan. Sedangkan audiens yang kurang setuju karena adanya pengaruh latar belakang dan pengalaman sosial maupun yang lainnya masuk kedalam *negotiated position*. Sedangkan audiens yang masuk ke dalam *oppositional position* yaitu audiens yang menolak dan merasa postingan masyarakat miskin ini tidak benar mengenai apa yang disuarakan oleh Nurhadi.

3. Penerimaan Terhadap Postingan Pembangunan Tol Trans Jawa

Gambar 3.4 Postingan pembangunan tol trans Jawa



Sumber: (https://www.instagram.com/nkr.internet_nurhadialdo/?hl=id diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pukul 17.14)

Selain postingan pada dana awal kampanye dan postingan masyarakat miskin, postingan pembangunan tol trans Jawa menggambarkan jarak waktu yang dibutuhkan presiden dalam membangun jalanan di Tol Trans Jawa. Jarak yang terentang dari Merak di ujung barat Pulau Jawa hingga Banyuwangi di ujung timur Pulau Jawa adalah 1.150 Kilometer. Hingga saat ini jalan yang sudah terbangun hingga Merak hingga Pasuruan sepanjang 933 Kilometer, dengan periode kepemimpinan presiden Soeharto yang menjabat pada

tahun 1978 hingga Megawati Soekarno Putri yang mengakhiri jabatannya pada 2004. Dengan rentang waktu hingga 26 tahun, Tol Trans Jawa hanya dapat dibangun sepanjang 242 Kilometer.

Lalu pada tahun 2005 hingga 2014, presiden Susilo Bambang Yudhoyono melanjutkan pembangunan selama sembilan tahun sepanjang 75 Kilometer. Pembangunan yang tampak terjadi secara besar-besaran terlihat saat Joko Widodo maju sebagai presiden pada tahun 2015 hingga 2018. Pembangunan Tol Trans Jawa dapat dilanjutkan hingga 616 Kilometer dalam waktu tiga tahun. terlepas dari pembahasan mengenai pembangunan yang dilakukan oleh presiden-presiden terdahulu, ungkapan yang disuarakan oleh Nurhadi pada postingan tersebut menerangkan bahwa postingan penambahan 16 cm -18 cm memiliki kecendrungan vulgar sehingga tulisan tersebut menimbulkan kesan yang menyimpang.

Kemudian pada *caption* yang tertera juga menegaskan bahwa pembangunan yang dilakukan Nurhadi akan lebih terlihat cepat walaupun dengan jarak Centimeter. Tidak lupa di akhir *caption* ditambahkan dengan hastag #McQueenYaQueen yg jika dibaca yaitu “makin yakin”.

Indonesia tengah mengejar ketertinggalan pembangunan infrastruktur dalam beberapa tahun terakhir. Proyek-proyek infrastruktur di berbagai penjuru Tanah Air dibangun secara massif, mulai dari jalan tol, jembatan, bendungan, hingga pembangkit listrik.

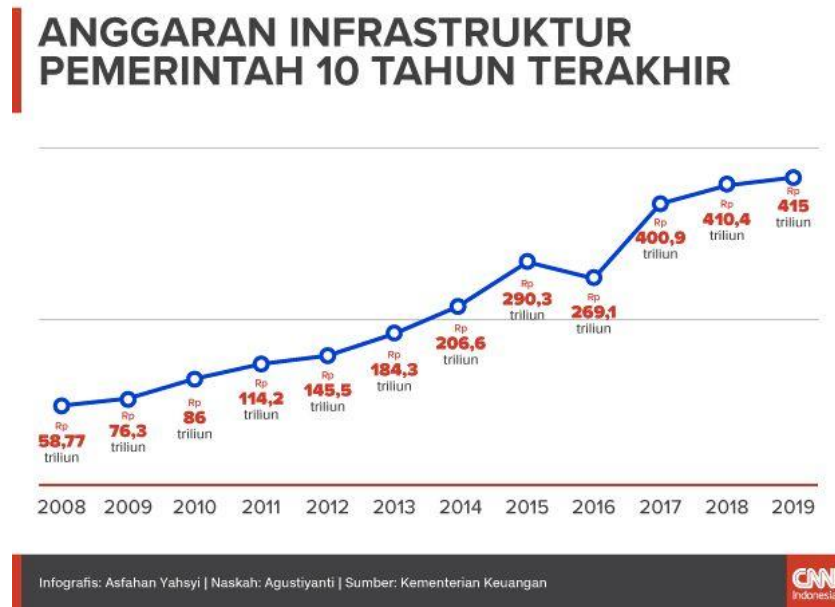
Meski banyak menuai pujian, pembangunan infrastruktur ini tak lepas dari kritikan. Salah satunya disampaikan Bank Dunia melalui laporan bertajuk *Infrastructure Sector Assessment Program (InfraSAP)*. Dalam laporan tersebut, Bank Dunia menyebut kualitas pembangunan Indonesia rendah, tidak terencana dengan baik. Bank Dunia juga menyebutkan pembangunan infrastruktur di Indonesia terlalu bergantung pada BUMN sehingga membuat perusahaan negara kebingungan mencari dana. Selain itu, Bank Dunia juga menyebut tarif listrik dan air terlalu murah sehingga tak menarik bagi investor untuk berinvestasi di proyek-proyek tersebut.

Tahun 1992, Bank Dunia mengeluarkan laporan berjudul *Indonesia A Strategy for Infrastructure Development*. Dalam laporan tersebut, Bank Dunia memuji Indonesia karena fokus pada pembangunan infrastruktur, bahkan mengalokasikan dana untuk infrastruktur mencapai 40 persen anggaran pemerintah. Pada era Presiden Soeharto, Indonesia memang cukup gencar membangun infrastruktur. Namun, pembangunannya dibangun dengan kondisi utang yang tak sehat sehingga pada akhirnya turut menyeret Indonesia dalam krisis ekonomi Asia pada 1998. Meski ekonomi mulai pulih setelah krisis 1998, pembangunan infrastruktur di Tanah Air usai krisis cukup tersendat. Pada 2014, Bank Dunia dalam laporannya menyoroti rendahnya investasi infrastruktur yang menyebabkan ekonomi Indonesia tertinggal. Laporan daya saing global pada era

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono beberapa kali menyoroti poin infrastruktur sebagai ganjalan daya saing investasi di Indonesia. Minimnya pembangunan infrastruktur juga tercermin dari rendahnya anggaran yang dilokasin pemerintah untuk sektor tersebut sebelum tahun 2015. Berikut infografis anggaran infrastruktur pemerintah 10 tahun terakhir.

(<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190108205316-532-359404/beda-pembangunan-infrastruktur-era-soeharto-hingga-jokowi> diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 18.03)

Gambar 3.5 Anggaran infrastruktur pemerintah 10 tahun terakhir



Sumber: (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190108205316-532-359404/beda-pembangunan-infrastruktur-era-soeharto-hingga-jokowi> diakses pada tanggal 30 Juni 2019 pukul 18.03)

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari berita mengenai pembangunan infrastruktur di atas adalah sebuah ironi jika masa pemerintahan yang terbilang cukup panjang hingga penggantian masa pemerintahan presiden dengan pembangunan infrastruktur yang tidak menyeimbangi. Minimnya pembangunan infrastruktur juga tercermin dari rendahnya anggaran yang dialokasikan pemerintah untuk sektor tersebut sebelum tahun 2015. Pembangunan infrastruktur tentu memiliki efek positif maupun negatinya. Jika ditelaah lebih dalam lagi, pembangunan yang dilakukan di era sebelum Presiden Jokowi

terkesan lamban karena mengandalkan pinjaman bilateral dan multilateral sehingga lebih hati-hati. Dan di era Jokowi pembangunan infrastruktur terkesan melesat cepat tetapi menimbulkan surat utang yang terus meningkat.

Informan I yaitu Laras menanggapi bahwa sebenarnya setelah dilihat-lihat “Dildo” ini lebih memiliki keberpihakan kepada Paslon 01, karena itu sudah terlihat sejak postingan pertama yang peneliti pilih. Menurutnya dana kampanye paslon 01 yang berjumlah 11 miliar tersebut yang mendapatkan banyak masukan dana dari partai politik sedangkan sangat jauh berbeda dengan dana kampanye paslon 02 yang hanya 2 miliar dan menggunakan dana pribadi tanpa ada yang mendanai. Postingan tersebut menurut laras memperlihatkan keberpihakan dari akun Instagram “Dildo”

“Itu bentuk ironi sih, yang 26 tahun aja cuman 616 km yang sembilan tahun aja cuman 75 km terus yang hanya 3 tahun itu bisa membangun 616 km gitu. Menurutku dari sini juga keliatan bahwa Nurhadi Aldo ini lebih pro ke paslon 01 karena dia memperlihatkan sisi positifnya dari Jokowi secara tidak langsung” (Wawancara dengan Laras, pada tanggal 11 Juni pukul 07.17)

Informan II yaitu Sofia melihat paslon 01 dan 02 berlomba-lomba untuk menonjolkan prestasinya yang itu belum tentu berdampak sama rakyat miskin.

“Kalau dilihat dari poster di Instagram “Dildo” itu kan sebenarnya sebagai bentuk sindiran kepada pihak politisi baik tim sukses maupun paslon yang berlomba lomba untuk saling menjatuhkan satu sama lain tapi itu pun belum punya dampak bagi rakyat miskin” (Wawancara dengan Sofia, pada tanggal 11 Juni pukul 12.01)

Berbeda dengan yang disampaikan oleh informan I dan informan II yaitu Laras dan Sofia, informan III Adit beranggapan bahwa postingan pembangunan tol trans Jawa ini merupakan humor yang di berikan nurhadi aldo, yang dimana menurutnya konten itu menunjukkan bahwa itu sudah kewajiban pemerintah untuk membangun jalan dan sarana publik lain nya, yang harus di bangun oleh pemerintah saat ini adalah Sumber Daya Manusia.

Informan IV yaitu Folta sangat setuju dengan gambar tersebut menurutnya akun “Dildo” sebenarnya ingin memperlihatkan kinerja dari presiden sebelumnya yang sangat minim. Postingan “Dildo” ini ingin memberitahuakan dan meginformasikan apa yang dilakukan presiden dahulu yang menduduki jabatan yang cukup lama tapi hanya bisa membangun jalan tol yang sangat pendek dibandingkan presiden yang menduduki sekarang.

“Aku setuju sih dengan itu, gimana bisa presiden yang udah memimpin selama 26 tahun membangun jalan tol lebih sedikit dibandingkan presiden yang hanya memimpin selama tiga tahun. Itu kan tidak masuk akal ya, kemana mereka dulu?apa yang dilakukan mereka? Itukan jadi sebuah pertanyaan ya?” (Wawancara dengan Folta pada tanggal 18 juni 2019 pukul 15.32)

Informan V yaitu Farhan Aryasya menganggap postingan ini tidak begitu terlihat adanya sindiran karena disitu hanya terlihat sebuah informasi yang menunjukkan kinerja dari presiden-presiden terdahulu. Hadirnya “Dildo” dalam kalimat terakhir tidak menunjukkan kalimat

sarkasme yang begitu menonjol sebab kalimat yang dikeluarkan pun tidak masuk akal.

Sama halnya dengan informan Laras, informan ke VI juga berpendapat bahwa akun “Dildo” ini ada kegiatan untuk menggiring opini publik dan memiliki keberpihakan kepada 01. Andi menambahkan pada postingan pembangunan tol tran Jawa ini juga sebagai informasi untuk masyarakat, berikut adalah pernyataan yang disampaikan oleh Adit.

“Nah ini yang saya bilang, “Dildo” ini kayak lebih menggiring untuk lebih memilih Jokowi gitu loh. Karena kan perkembangannya banyak banget Jokowi nih. Ini kayak pergantian presiden sampai empat kali hanya 242 kilometer, terus SBY yang hanya 75kilometer lalu Jokowi yang pesat banget perkembangannya, ini kan kayak lebih menggiring ke Jokowi gitu. Jadi kalau ngomngin konten saya ngga setuju karena seakan-akan “Dido” membawa ke opini publik kalau seakan-akan untuk memilih Jokowi. Tapi sebenarnya ini juga memberikan info kalau Jokowi ini perkembangannya pesat, tapi dia benar-benar menggiring kita kalau Jokowi ini lebih baik gitu loh” (Wawancara dengan Andi pada tanggal 26 juni 2019 pukul 10.00)

Dilihat dari postingan pada pembangunan infrastruktur, ketika audiens menerima dan mengerti mengenai sarkas yang ada pada postingan tersebut memiliki arti yang vulgar, maka audiens dapat diartikan sebagai *dominant hegemonic position*. Sedangkan ketika audiens yang mencampurkan opininya dengan fakta yang ada di postingan, audiens tersebut masuk kedalam *negotiated position*. Ketika audiens menolak dan merasa postingan tersebut tidak sebaiknya di posting oleh akun “Dildo” dan audiens merasa tidak

adanya unsur sarkas yang terlihat, maka audiens tipe ini masuk kedalam *oppositional position*.

F. Analisis Posisi Hipotekal Penerimaan Mahasiswa Terhadap Akun Instagram “Dildo”

Penelitian ini mencoba untuk mencari tahu posisi hipotekal dari keenam informan atas pemaknaan (*decoding*) konten sarkasme yang sebelumnya telah dimaknai (*encoding*) dalam akun Instagram “Dildo” dan didapatkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Seperti yang dijelaskan dalam teori penerimaan Stuart Hall, Hall menjelaskan bahwa faktor latar belakang yang dimiliki oleh informan sangat mempengaruhi proses memaknai sebuah media.

Stuart Hall mengkategorikan dan menjelaskan posisi hipotekal yang dapat membentuk sebuah pemaknaan (*decoding*). **Pertama**, yaitu posisi hipotekal *dominant hegemonic* di mana pesan yang disampaikan oleh media diterima oleh audiens secara penuh tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan. **Kedua**, yaitu *negotiated position* dimana audiens yang mencampurkan interpretasinya dengan pengalaman sosial dan latar belakangnya. **Ketiga**, yaitu *oppositional position* dimana ketika audiens menolak atau berlawanan dengan representasi yang ditawarkan oleh media. Untuk mempermudah analisis penelitian ini, table di bawah ini akan berisi data klasifikasi penempatan khalayak dari Organisasi IMM dan BEM.

**Tabel 3.3 Posisi Informan Pada Organisasi IMM dan BEM Terhadap
Postingan Dana Awal Kampanye**

No	Nama	Organisasi	Interpretasi	Posisi Audiens 1
1	Putri Citra Larasati (Laras)	IMM	Laras menjelaskan bahwa sebenarnya dia kurang setuju dengan pernyataan yang tertera di gambar pertama ini. Karena kebutuhan kampanye tidak bisa disamakan dengan kebutuhan untuk rakyat, itu sudah beda dengan alokasi dana. Mereka juga membutuhkan dana untuk berkampanye tapi tidak menutup kemungkinan rakyat juga	<i>Oppositional Position</i>

			<p>membutuhkan dana untuk raykat miskin, tapi bukan berarti mereka tidak harus mengeluarkan dana sebanyak itu untuk kampanye dan mereka memang seharusnya mengeluarkan dana tersebut untuk kampanye.</p>	
2	Sosia Hasna (Sofia)	IMM	<p>Sofia mengaku setuju dengan gambar pertama, sofia menganggap postingan tersebut sebagai bentuk tampan. Dengan mengeluarkan dan sebegitu banyak untuk kampanye</p>	<p><i>Dominant Hegemonic Position</i></p>

			tapi efek dampak buat rakyat tidak seberapa. Dana tersebut sebenarnya menjadi sebuah pertanyaan buat apa dana sebanyak itu kalau tidak berimbas banyak pada rakyat?	
3	Adit Dia Untung Tria Sakti (Adit)	IMM	Postingan yang diunggah pada gambar pertama ini ada benar dan salahnya. Karena menurutnya kampanye yang besar pasti membutuhkan biaya, tapi dia juga membingungkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh	<i>Negotiated Position</i>

			kedua paslon dengan nominal yang cukup banyak	
4	Foltama Juna (Folta)	BEM	Disalurkan kepada rakyat miskin di desa dan kota, duit segitu kalau misalnya disalurkan ke rakyat miskin kan paling satu orangnya itu cuman berapa sih? Sedikit banget. Jadi sebenarnya gak ada itu pengaruhnya kalau mau di sumbangkan ke rakyat miskin di desa apalagi di kota	<i>Negotiated position</i>
5	Farhan Aryasya (Farhan)	BEM	pernyataan yang dilontarkan oleh akun di Instagram “Dildo” tidak ada	<i>Dominant Hegemonic Position</i>

			<p>salahnya.</p> <p>Menurutnya uang sebanyak itu dapat membantu masyarakat miskin di desa dan di kota walaupun yang kita tau penduduk miskin di Indonesia itu cukup banyak.</p> <p>Farhan menambahkan bahwa itu sebenarnya merupakan kewajiban dari wakil rakyat dan pemimpin negaranya untuk menyajahterakan rakyatnya bukan malah menyajahterakan</p>	
--	--	--	---	--

			dirinya sendiri.	
6	Andi Muhammad Arief M (Andi Arief)	BEM	Saya kurang setuju dengan gambar ini karena memang dalam kampanye kan banyak gitu dan toh orang-orang dibelakang mereka ini kan banyak juga gitu jadi kan kayak misalnya kalau dibilang mereka menggunakan uang itu untuk dipakai masyarakat miskin kan sebenarnya mereka juga mengeluarkan dana kampanyekan ngga kecil gitu.	<i>Oppositional Position</i>

Sumber: Wawancara Dengan Informan

Seperti yang dapat dilihat pada tabel diatas, dapat diketahui para informan memberikan tanggapan yang berbeda-beda terhadap gambar yang pertama. Sofia dan Farhan menempati posisi *dominant hegemonic position*, mereka menyatakan setuju dengan apa yang dilontarkan pada gambar pertama. Menurut mereka dana yang dikeluarkan cukup banyak dan tidak begitu berimbas kepada rakyat.

Sedangkan Adit dan Folta menempati posisi *negotiated position*, mereka menyatakan postingan tersebut ada benar dan tidaknya, jika uang tersebut diberikan ke masyarakat miskin tidak begitu berpengaruh banyak dan jika uang tersebut untuk dana kampanye juga berlebihan.

Laras dan Andi menempati posisi *oppositional position* yang dimana menyatakan ketidaksetujuannya dengan postingan tersebut. Mereka beranggapan masing-masing dana ada porsirnya masing-masing, dan dana yang digunakan oleh kedua paslon itu memang seharusnya untuk modal kampanye mereka.

Tabel 3.4 Posisi Informan Pada Organisasi IMM dan BEM Terhadap Postingan Masyarakat Miskin

No	Nama	Organisasi	Interpretasi	Posisi Khalayak
1	Putri Citra Larasati (Laras	IMM	Laras menyetujui kalimat sarkas yang disuarakan oleh	<i>Dominant Hegemonic Position</i>

			<p>“Dildo”. Laras menganggap memang masih banyak masyarakat miskin yang membutuhkan bantuan, lalu kenapa harus ditertawakan?</p>	
2	Sofia Hasna (Sofia)	IMM	<p>Sofia setuju dan berpendapat bahwa gambar tersebut sebagai bentuk poster satir untuk melihat kondisi perpolitikan sekarang yang banyak mengeluarkan uang untuk kepentingan tertentu</p>	<p><i>Dominant Hegemonic Position</i></p>
3	Adit Dia Untung Tria	IMM	<p>kalimat sarkasme yang di tujukan</p>	<p><i>Dominant Hegemonic</i></p>

	Sakti (Adit)		pemerintah saat ini terjadi, yang dimana banyak pemerintah tidak memperhatikan rakyat nya, yang mereka bawa hanya lah kepentingan mereka masing-masing. Padahal faktanya banyak sekali masyarakat yang masih membutuhkan bantuan	<i>Position</i>
4	Foltama Juna (Folta)	BEM	Politikus-politikus di luar sana sedikit sekali yang peduli dengan masyarakat miskin, mereka hanya peduli dengan harta	<i>Dominant Hegemonic Position</i>

			mereka yang juga digaji dari masyarakat, mereka dapat tertawa bahagia, makan enak, liburan ke luar negeri dibalik kesengsaraan rakyat miskin	
5	Farhan Aryasya (Farhan)	BEM	sarkas yang dilontarkan cukup lucu dan menohok apalagi MISKIN harus bertuliskan kapital semua yang menjelaskan kalau memang kenyataannya penduduk Indonesia rata-rata masih miskin.	<i>Dominant Hegemonic Position</i>
6	Andi	BEM	Saya setuju sih	<i>Dominant</i>

	Muhammad Arief M (Andi Arief)		karena memang ya inikan kayak suara-suara aktifis gitu. Kayak kemarin mereka demokan kayak mereka tertidur disana, mereka masyarakat yang berdemo karena mungkin kondisi mereka yang tidak memungkinkan kan dan begitu	<i>Hegemonic Position</i>
--	--	--	---	---

Sumber: Wawancara Dengan Informan

Pada topik pembahasan yang satu ini, para informan memberikan tanggapan dan pandangan yang sama yaitu menempati posisi *dominant hegemonic position*, yang dimana para informan setuju dengan apa yang diungkapkan oleh Nurhadi bahwa banyak banyak politisi maupun orang-orang tinggi yang diberikan jabatan malah mementingkan diri sendiri sementara masih banyak rakyat miskin yang kita pun belum mengetahui nasib mereka nanti.

**Tabel 3.5 Posisi Informan Pada Organisasi IMM dan BEM Terhadap
Postingan Pembangunan Tol Trans Jawa**

No	Nama	Organisasi	Interpretasi	Posisi
1	Putri Citra Larasati (Laras)	IMM	Itu bentuk ironi sih, yang 26 tahun aja cuman 616 km yang sembilan tahun aja cuman 75 km terus yang hanya 3 tahun itu bisa membangun 616 km gitu. Menurutku dari sini juga kelihatan bahwa Nurhadi Aldo ini lebih pro ke paslon 01 karena dia memperlihatkan sisi positifnya dari Jokowi secara tidak langsung	<i>Negotiated Position</i>
2	Sofia Hasna	IMM	Kalau dilihat dari	<i>Dominant</i>

	(Sofia)		poster di Instagram “Dildo” itu kan sebenarnya sebagai bentuk sindiran kepada pihak politisi baik tim sukses maupun paslon yang berlomba lomba untuk saling menjatuhkan satu sama lain tapi itu pun belum punya dampak bagi rakyat miskin	<i>Hegemonic Position</i>
3	Adit Dia Untung Tria Sakti (Adit)	IMM	Konten itu menunjukkan bahwa itu sudah kewajiban pemerintah untuk membangun jalan dan sarana publik lain nya, yang	<i>Negotiated Position</i>

			<p>harus di bangun oleh pemerintah saat ini adalah Sumber Daya Manusia</p>	
4	<p>Foltama Juna (Folta)</p>	BEM	<p>Aku setuju sih dengan itu, gimana bisa presiden yang udah memimpin selama 26 tahun membangun jalan tol lebih sedikit dibandingkan presiden yang hanya memimpin selama tiga tahun. Itu kan tidak masuk akal ya, kemana mereka dulu? Apa yang dilakukan mereka? Itukan jadi sebuah pertanyaan ya?</p>	<p><i>Dominant Hegemonic Position</i></p>

5	Farhan Aryasya (Farhan)	BEM	Postingan ini tidak begitu terlihat adanya sindiran karena disitu hanya terlihat sebuah informasi yang menunjukkan kinerja dari presiden-presiden terdahulu. Hadirnya “Dildo” dalam kalimat terakhir tidak menunjukkan kalimat sarkasme yang begitu menonjol sebab kalimat yang dikeluarkan pun tidak masuk akal.	<i>Oppositional Position</i>
6	Andi Muhammad	BEM	Nah ini yang saya bilang, “Dildo” ini	<i>Negotiated Position</i>

	<p>Arief M (Andi Arief)</p>		<p>kayak lebih menggiring untuk lebih memilih Jokowi gitu loh. Karena kan perkembangannya banyak banget Jokowi nih. Ini kayak pergantian presiden sampai empat kali hanya 242 kilometer, terus SBY yang hanya 75kilometer lalu Jokowi yang pesat banget perkembangannya, ini kan kayak lebih menggiring ke Jokowi gitu. Jadi kalau ngomngin konten saya ngga setuju karena</p>	
--	-------------------------------------	--	--	--

			<p>seakan-akan</p> <p>“Dido” membawa ke opini publik kalau seakan-akan untuk memilih Jokowi. Tapi sebenarnya ini juga memberikan info kalau Jokowi ini perkembangannya pesat, tapi dia benar-benar menggiring kuta kalau Jokowi ini lebih baik gitu loh</p>	
--	--	--	---	--

Sumber: Wawancara Dengan Informan

Seluruh informan memberikan pandangan dan tanggapannya masing-masing terhadap postingan pembangunan tol trans Jawa. Dua dari tiga informan menempati posisi *dominant hegemonic position* dan penerima postingan tersebut, sedangkan dua orang lainnya menempati posisi *negotiated position* dan satu orang menempati posisi *oppositional position*. Sofia dan Folta menempati menerima postingan pada gambar

pembangunan tol trans Jawa tersebut sebab mereka sepakat bahwa apa yang ditulis digambar tersebut merupakan kalimat sindiran terhadap politisi yang ikut kedalam proyek pembangunan tol trans Jawa.

Sedangkan Laras dan Andi yang menempati posisi *negotiated position* beranggapan bahwa didalam gambar ini terlihat keberpihakan akun “Dildo” terhadap kubu paslon 01. Karena dari postingan pada dana awal kampanye pun kegiatan Jokowi yang lebih diunggulkan dibanding lawannya maupun pendahulunya. Sedangkan Adit yang juga menempati posisi *negotiated position* karena menurutnya ini merupakan kewajiban pemerintah untuk membangun jalan dan saran publik. Adit pun menambahkan bahwa sekarang yang harus dibangun oleh pemerintah adalah sumber daya manusianya. Lalu Farhan yang menempati posisi *oppositional position* dan menyampaikan bahwa apa yang diposting pembangunan tol trans Jawa tersebut hanya sebagai infomasi yang dilakukan oleh presiden terdahulu dan ia tidak begitu melihat adanya sindiran sebab apa yang disuarakan “Dildo” terlihat tidak masuk akal.

Tabel 3.6 Penerimaan Mahasiswa (IMM dan BEM) Terhadap Sarkasme Politik Dalam Akun Instagram “Dildo”

No	Nama	Pemaknaan Terhadap Dana Awal Kampanye	Pemaknaan Terhadap Masyarakat Miskin	Pemaknaan Terhadap Pembangunan Infrastruktur
1	Laras	<i>Oppositional</i>	<i>Dominant</i>	<i>Negotiated</i>

		<i>Position</i>	<i>Hegemonic Position</i>	<i>Position</i>
2	Sofia	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>
3	Adit	<i>Negotiated Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Negotiated Position</i>
4	Folta	<i>Negotiated Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>
5	Farhan	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Oppositional Position</i>
6	Andi	<i>Oppositional Position</i>	<i>Dominant Hegemonic Position</i>	<i>Negotiated Position</i>

G. Catatan Penutup

Peneliti telah menganalisis penerimaan Mahasiswa terhadap konten sarkasme politik akun Instagram “Dildo”, yang terbagi menjadi tiga poin sub pembahasan yaitu postingan dana awal kampanye, postingan masyarakat miskin dan pembangunan infrastruktur. Berdasarkan dari hasil

analisis yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa ke enam informan dari Organisasi IMM dan BEM ini masing-masing menempati beragam posisi hipotekal penerimaan penonton dari teori yang dijelaskan oleh Stuart Hall yaitu, *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*.

Dari hasil analisis data diatas, menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan oleh media. Kedudukan posisi hipotekal setiap audiens yang berdeda-beda sesuai dengan apa yang dimaknai dan dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, *gender*, dan lain sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa setiap audiens aktif dalam menerima pesan yang ditawarkan oleh media.