

BAB V

KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, penggambaran citra presiden Joko Widodo dalam konten karikatur Tempo digambarkan sebagai pemimpin radikal, pemimpin serakah, dan pemimpin plin plan. Konten karikatur Tempo berjudul “Belanja Vaksin, Siapkan Penyuntikan” mempresentasikan tindakan radikal pemerintah. Pada karikatur “Karpet Merah Vaksinasi Mandiri” merupakan presentasi dari sikap serakah. Dan pada karikatur “Utak Atik Bujet Vaksin” ingin mempresentasikan sikap plin plan dalam pengambilan keputusan kebijakan vaksin di Indonesia. Terdapat beberapa hal yang tersirat yang merupakan bentuk sindiran yang terdapat didalam karikatur tersebut.

Pada gambar pertama, “Belanja Vaksin, Siapkan Penyuntikan” yang mempresentasikan mengenai tindakan radikal yang dilakukan oleh pemerintah selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia. Dalam gambar tersebut terdapat tanda yang merupakan atribut pada tokoh seperti kacamata hitam, jarum suntik, kemeja hitam, dan latar berwarna merah. Atribut kacamata hitam merupakan representasi tindakan pemerintah yang kurang terbuka dalam proses pengadaan vaksin di Indonesia. Pada atribut jarum suntik yang dipegang oleh Joko Widodo ingin merepresentasikan vaksin sebagai alat kekuasaan pemerintah. Kemudian, atribut kemeja hitam merupakan presentasi terhadap sikap kuat dan dominasi serta menggambarkan suasana duka atas korban-korban selama masa pandemi Covid-19. Lalu, latar berwarna merah ingin menunjukkan representasi dari partai PDIP, dimana

PDIP sendiri merupakan partai Joko Widodo. Keterikatan Joko Widodo tidak lepas dengan citranya sebagai “boneka” PDIP. Tanda-tanda tersebut berkaitan dengan kebijakan pemerintah selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.

Pada gambar kedua, “Karpas Merah Vaksinasi Mandiri” ingin memaknai sikap pemerintahan yang menjadikan vaksin sebagai ladang bisnis. Pada faktanya, pemerintah bekerja sama dengan swasta untuk membangun program vaksinasi mandiri. Vaksinasi mandiri merupakan vaksin berbayar dimana vaksin berbayar justru melanggar hak kesehatan masyarakat yang merupakan amandat dari konstitusi yang sudah tercantum dalam Undang-undang.

Pada gambar ketiga, “Utak Atik Bujet Vaksin” merupakan bagian dari fenomena vaksin berbayar. Karikatur tersebut ingin menyampaikan ketidak konsistenan pemerintah Indonesia dalam kebijakan pengadaan vaksin. Karikatur ini menggambarkan Joko Widodo yang plin plan dalam memutuskan kebijakan. Dalam poster tersebut diperlihatkan tokoh Joko Widodo yang sedang mencoret poster dengan ekspresi tersenyum. Ekspresi senyum ingin menyampaikan rasa malu dari Joko Widodo bahwa pihak pemerintahnya justru ceroboh dalam pengambilan keputusan. Lalu dalam karikatur terdapat poster yang merepresentatifkan sikap pemerintah merubah aturan vaksin di Indonesia.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademik

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan metode yang berbeda, seperti analisis resepsi dengan konteks diskusi yang berbeda, seperti penerimaan pembaca majalah terhadap karikatur tentang Joko Widodo yang dibuat oleh majalah Tempo, dan teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara dengan nara sumber.

V.2.2. Saran Praktis

Keberadaan karikatur karikatur yang dibuat oleh Tempo ini bisa mengungkap persoalan politik yang terjadi di Indonesia. Diharapkan melalui penelitian ini, sikap dari semua masyarakat yang telah membaca karikatur bertemakan politik ini dapat lebih terbuka dan lebih memahami apa yang sedang terjadi dalam isu politik tersebut, dan pada akhirnya persoalan politik yang terjadi di Indonesia ini dapat membuka pikiran masyarakat dan tidak tinggal diam dalam hal hal yang terjadi diperpolitikan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann* (Pertama). PERNADAMEDIA GROUP.
- Crafton, D. (1990). *Emile Cohl, Caricature, and Film*. Princeton University Press.
- Dewabrata, A. M. (2004). *Kalimat Jurnalistik : Panduan Mencermati Penulisan Berita*. Penerbit Buku Kompas.
- Elison, E. (2018). *Bung Karno & Jokowi Pemimpin Kembar Beda Zaman*. Imania.
- Eriyanto. (2019). *Metode Komunikasi Visual: Dasar-dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial untuk Membedah Teks Gambar* (M. S. Abdurrahman (ed.)). PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Granit.
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*.
- Indarto, K. (1999). *Sketsa di Tanah Mer(d)eka: (Kumpulan Karikatur)*. Tiara Wacana Yogya.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). PRENADA MEDIA GROUP.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2005). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Oetama, J. (2001). *Pers Indonesia Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*.
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sobur, A. (2018). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (8th ed.). PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2012). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* (Kedua). PRENADA MEDIA GROUP.
- Sulistijanto, A. B. (2018). *Komunikasi Politik Jokowi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Supriyadi, S. (2011). *Wacana Karikatur Indonesia: Perspektif Kajian Pragmatik*. UNS Press dan LPP Press.
- Susetyo, B. (2004). *Hancurnya Etika Politik*. PT. Kompas Media Nusantara.
- Wahid, U. (2018). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi pada Era*

Media Baru (N. S. Nurbaya (ed.); Cetakan ke). Simbiosia Rekatama Media.

Wibowo, I. S. W. (2009). *Semiotika: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi*.

JURNAL

Annisa, J., & Putra, R. W. (2019). Analisa Semiotika Terhadap Pembentukan Citra Diri Joko Widodo Melalui Media Sosial Youtube. *Avant Garde*, 7(1), 124–153.

Ariviyanti, B. C. (2017). Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Peirce pada Iklan TV Perindo “Mars Perindo Versi 2”). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 48–58.

Farahdiba, A., Tutiasri, R. P., Arianto, I. D., & Juwito. (2021). ANALISIS SEMIOTIKA COVER STORY KORAN TEMPO EDISI 15 OKTOBER 2020 “JALAN TERUS.” *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(2).

Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2017). Olah Tubuh Politisi dalam Bingkai Media : *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA*, 5(April).

Fathoni, A. A. (2018). Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan Interface Design Instagram Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi. *MEDIAKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 206–218.

Handayani, A. R., & Sholehah, N. A. (2022). Jurnal Abdidas. *Jurnal Abdidas*, 3(3), 405–411.

Hartono, D., & Sugalih, A. (2019). Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay’S Di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 3(1), 39–49.

Hasanah, R. R., & Ratnaningtyas, R. P. (2022). *Representasi Maskulinitas Perempuan dalam Drama Korea My Name*. 4, 1–11.

Hidayat, A. (2010). BAHASA TUBUH : TANDA DALAM SISTEM KOMUNIKASI. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), 224–234.

Itiqomah, N., & Sofyan, I. (2015). Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur (Analisis Semiotik Karikatur Clekit “Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015). *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 189–202.

Kertamukti, R., Ilmu, D., Uin, K., & Kalijaga, S. (2015). *Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*. 08(01), 57–66.

Kurniawan, E. (2016). Kajian Makna Di Balik Sampul Majalah Tempo. *Dimensi DKV*, 1, 47–56.

- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.
- Muttaqin, M., Maulina, P., & Fadhlain, S. (2020). Citra Politik Prabowo - Sandi Dalam Pemilihan Instagram. *Nteraksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 40–50.
- Pariawan, K. J., Sila, I. N., & Hardiman. (2019). Analisa Semiotika Poster Aksi Bali Tolak Reklamasi Karya Nobodycorp. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 9(2), 77–86.
- Pratiwi, A. (2018). Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai Perindo). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 17–31.
- Prawitasari, J. E. (2016). Mengenal Emosi Melalui Komunikasi Nonverbal. *Buletin Psikologi*, 3(1), 27–43.
- Rahayuwati, R. (2021). Penolakan Vaksinasi: Imajinasi Moral Dan Peran Media Sosial. *Humanika*, 28(2), 128–145.
- Rahmawati, L. (2019). *Representasi Prasangka Dan Keserakahan Dalam Film Parasite (Kajian Semotika Roland Barthes)*. 1–19.
- Safitri, D. (2015). Representasi Capres Boneka dalam Meme Capres Boneka di Sosial Media. *Semiotika*, 9(1), 79–112.
- Setyaki, P. A., & Farqan, M. G. Al. (2020). Kepemimpinan (Leadership) Berkarakter dalam Kemajuan Organisasi. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 408–420.
- Situmorang, J. R. (2009). Beberapa Keterkaitan Antara Politik dan Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 146–159.
- Suhandra, I. R. (2019). Studi Komparatif Makna Konotasi Warna Dalam Budaya Masyarakat Barat Dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia. *Cordova Journal : Language and Culture Studies*, 9(1), 17–38.
- Syaifullah, J. (2016). Analisis Semiotik tentang Kekuasaan dan Maskulinitas pada Tampilan Website Gudang Garam Pria Punya Selera. *Jurnal Informa*, 1 (3)(1916), 23–36.
- Tahir, M. I., & Tahir, I. (2020). Perkembangan Pemahaman Radikalsime di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, XII, 74–83.
- Wadipalapa, R. P. (2015). Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 12(1), 1–17.
- Yudiarti, S. I. (2012). Kartun Karikatur Media Komunikasi Sosial dalam Media Cetak. *GELAR: Jurnal Seni Budaya*, 10(1), 1–15.