

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	I
ABSTRAK	II
<i>ABSTRACT</i>	III
RINGKESAN	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Peneltian	6
1.1 Tujuan Penelitian	7
1.2 Kegunaan Peneltian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.2 Kerangka Konseptual	20

2.2.1 Komunikasi Media Baru	21
2.2.2 Media Sosial	22
2.2.3 <i>Instagram</i>	24
2.2.4 Internet Meme	24
2.2.5 Humor	32
2.2.6 Politik	33
2.2.7 Satir	34
2.2.8 Krisis Lapangan Kerja Generasi Z	35
2.3 Kerangka Teoritis	36
2.3.1 Teori Resepsi	36
2.3.2 Konsep Teori Resepsi	38
2.4 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	45
3.1.1 Subjek Penelitian	45
3.1.2 Objek Penelitian	45
3.2 Paradigma Penelitian	47
3.3 Metode Penelitian	49
3.4 Sumber Data	51

3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Studi Literatur	52
3.5.2 Observasi Nonpartisipan	53
3.5.3 Dokumentasi	54
3.6 Teknik Penentuan Data	55
3.7 Unit Analisis Data	56
3.7.1 Fokus Unit Analisis	57
3.8 Teknik Analisis Data	62
3.9 Kredibilitas Data	65
3.10 Membuka Akses	66
3.11 Lokasi Penelitian	67
3.12 Jadwal Penelitian	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	69
4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @kementriankegelapan	69
4.1.2 Deskripsi Meme “Gen Z Choosing Their Quarter Life Crisis Character” ...	71
4.1.3 Dekripsi Data Komentar Audiens	73
4.1.4 Hasil Klasifikasi Posisi Resepsi Audiens	74
4.2 Pembahasan	91

4.2.1 Resepsi Audiens terhadap Meme Politik Satir tentang Krisis Lapangan Kerja Generasi Z pada Akun Instagram @kementriankegelapan	91
4.2.2 Pembentukan Posisi Dominant-Hegemonic	92
4.2.3 Pembentukan Posisi Negotiated	94
4.2.4 Pembentukan Posisi Oppositional	95
4.2.5 Analisis Resepsi Audiens Berdasarkan Model Encoding-Decoding Stuart Hall	96
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107