

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

**ABSTRAK**

- (A) Dyon Liuswanto (915150066)
- (B) Produksi Kritik Iklan Politik Melalui *Memes*
- (C) x+52 hlm, 2019, 13 gambar, 2 Tabel, 1 lampiran
- (D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak:

Iklan Politik adalah sebuah iklan yang mengandung unsur politik didalamnya, bentuk pesan politik ini digunakan untuk kampanye. Nurhadi dan Aldo hadir untuk mengkritik kampanye yang dilakukan pasangan calon presiden dan wakil presiden yang ada dengan menggunakan media sosial *facebook* sebagai media. Berdasarkan teori *goals – planning – action*, penggunaan *meme* itu sendiri dapat menjadi sebuah rencana yang digunakan untuk mengkritik. *Meme* dilihat sebagai sebuah bentuk penyampaian pesan yang dinamis dimana perlu interpretasi dari penerima pesan untuk mengerti isi dari *meme* itu sendiri. Etnografi virtual menjadi sebuah basis dalam pembahasan ini dimana ditemukan bahwa selain tujuan untuk mengubah persepsi seseorang agar menjadi lebih waspada terhadap *post*, mereka juga menggunakan *fanpage* ini sebagai sebuah sarana lain seperti pembelajaran terhadap situasi politik baik politik negara, maupun politik internal.

- (E) Kata Kunci : komunikasi Massa, *meme*, etnografi virtual, *teori goals – planning – action*.
- (F) Daftar Pustaka : 8 Buku, 4 Jurnal, 8 Website (2008 – 2019)

(F) SintaParamita, SIP., MA