BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sekarang ini, kata *meme* banyak sekali digunakan oleh masyarakat, baik di Indonesia maupun global. *Meme* sendiri merupakan virus budaya berupa gagasan yang tersebar dalam suatu budaya. Seiring perubahan zaman dengan teknologi yang semakin maju, *meme* berkembang ke dalam dunia digital. Tidak hanya dimanfaatkan dalam menceritakan diri (*self disclosure*), tetapi juga telah meningkat menjadi medium aspirasi warga secara *online* (Jordan, 1999: Saco, 2002; Wilhelm, 2000 dalam Nasrullah, 2016:128). Dahulu, jika orang ingin menikmati suatu karya lukisan, harus langsung mendatangi pameran lukisan tersebut. Sedangkan sekarang, hanya dengan melihat melalui layar *interface* sebuah *gadget* seperti *laptop*, *smartphone*, komputer, dan sebagainya, kita sudah bisa melihat lukisan yang sama dengan yang dipajang di pameran selama ada yang menyebarkan dan juga adanya koneksi dari internet.

Di Indonesia sendiri, dahulu terdapat fenomena tulisan atau visual yang terdapat pada bagian belakang truk. Dari hanya satu truk yang menggunakannya, muncul truk-truk lain dengan visual serta tulisan yang berbeda. Hanya orang-orang yang pernah melihatnya saja yang mengetahui adanya tulisan serta visual pada truk, tetapi sekarang dengan adanya foto truk-truk tersebut dengan tulisan serta visual yang ada dan tersebar melalui internet, semakin banyak juga orang yang

mengetahui tentang fenomena itu dengan tidak harus melihat truk tersebut secara langsung.



Gambar 1.1 Gambar Soeharto pada Truk

Sumber: Sindiran Rakyat Soeharto Iseh Penak (diunduh 4 Mei 2017)

Meme digital biasa disebut dengan *meme* internet. *Meme* internet sendiri merupakan penyebaran ide-ide yang biasanya digambarkan melalui teks, gambar, audio, dan beberapa satuan lainnya dari budaya secara cepat dari orang ke orang melalui internet. Dewasa ini fenomena *meme* yang muncul pada internet dan meluas seperti dalam fenomena *meme* dengan slogan "disitu kadang saya merasa sedih". Slogan ini sebenarnya diambil dalam salah satu acara pada salah satu stasiun televisi swasta yaitu 86 di NET TV. Dalam acara tersebut, terdapat sesosok polisi wanita yang sedang mengomentari pertanyaan wartawan dengan jawaban dirinya yang seorang polisi dan meninggalkan anaknya yang masih kecil dengan disertai kata disitu kadang saya merasa sedih. Berawal dari seseorang yang mengambil

screenshot dari video dengan menambahkan kata-kata “disitu kadang saya merasa sedih” lalu tersebar melalui internet. Dari uraian di atas, banyak bermunculan beragam pengulangan gagasan tersebut dengan mengurangi visual yang pertama seperti *cropping*, lalu adapula yang menambahkan visualnya dengan penambahan objek-objek tertentu pada visual yang sudah ada, hingga mengubah visual yang sudah ada dengan mengganti visual yang baru ataupun mengubah warna dan sebagainya. Fenomena *meme* internet terkini di Indonesia seperti “om telolet om”, yang sebenarnya berasal dari sekumpulan anak-anak yang menunggu di pinggir jalan dengan membawa kertas karton dengan tulisan “om telolet om” sambil berteriak “om telolet om” dengan maksud agar pengendara bis yang lewat membunyikan klaksonnya, dari peristiwa yang hanya terjadi di Indonesia bisa tersebar sampai ke internet hingga masyarakat global mengetahui adanya tulisan tersebut dan ikut menggunakan kata-kata tersebut.



A B

Gambar 1.2 Gambar A *meme* polwan “Disitu Kadang Saya Merasa Sedih”; Gambar B *meme*“Om Telolet Om”

Sumber: Gambar A: Foto-Foto *Meme* Lucu Polwan Disitu Kadang Saya Merasa Sedih, Gambar B: maxresdefault.jpg (Diunduh 4 Mei 2017)

Kedua fenomena *meme* “disitu kadang saya merasa sedih” dan “om telolet om” memperlihatkan sebuah perbedaan, keduanya memiliki kata-kata yang menarik mungkin bagi sebagian masyarakat, tetapi mengapa *meme* “disitu kadang saya merasa sedih” tidak tersebar luas ke negara lain sedangkan *meme* “om telolet om” bisa tersebar secara global, padahal media penyebaran yang digunakan sama-sama internet. Apakah dari kata “om tolelot om” sendiri yang sebenarnya merupakan sebuah bunyi sehingga bisa lebih diterima secara global dibandingkan dengan kata-kata “disitu kadang saya merasa sedih” yang memang sebuah kata-kata berbahasa Indonesia.

Fenomena internet *meme* lainnya yang menyebar luas secara global yaitu perbedaan pendapat tentang warna *dress* antara hitam-biru dan putih-emas sehingga muncul perdebatan sesama pengguna internet. Perdebatan ini muncul setelah Caitlin McNeil asal Skotlandia mengunggah foto gaun di media sosial mikroblog Tumblr. Banyak sekali tanggapan yang timbul hingga adanya penjelasan ilmiah mengapa setiap orang melihat warna gaun tersebut berbeda. Lalu adapun internet *meme* berupa video yaitu *mannequin challenge*. *Mannequin challenge* merupakan video yang berisi sekelompok orang yang berpose seperti patung yang diam saat kamera bergerak memperlihatkan masing-masing orang dengan musik yang diputar sebagai latar belakangnya. Fenomena ini sangat menyebar hampir ke semua negara di dunia. Selain itu, adapula internet *meme* yang tidak menyebar luas secara global seperti *meme* “*Bei babu po Ebalu*” dari Rusia. Kata-kata tersebut berasal dari sebuah lagu asal band Rusia bernama Nambavan. *Meme* ini selalu dipasangkan dengan seorang penyanyi terkenal Valeri Syutkin dan dianggap menghina

privasinya hingga akhirnya terjadi suatu aturan yang melarang para pengguna internet menyebarkan *meme* khususnya yang menampilkan sosok terkenal dengan tujuan mengejek. Fenomena lain berasal dari Indonesia seperti pada *meme* internet dengan slogan "hmm..sudah kuduga". *Meme* ini berasal dari foto seorang lelaki yang bernama Dion Cecep Supriadi yang terdapat dalam salah satu blog dengan berpose tangan yang memegang dagu. *Meme* ini sangat menyebar dan banyak sekali variasi yang terjadi.



A B

Gambar 1.3 Gambar A *meme* "*The Dress*", Gambar B *meme* "Sudah Kuduga"

Sumber: Gambar A: *The Dress What Color Is This Dress*, Gambar B: Sudah Kuduga (Diunduh 4 Mei 2017)

Dari keempat fenomena *meme* internet diatas, terdapat perbedaan dari beberapa negara tetapi mengapa perdebatan tentang warna bisa lebih mendunia dibandingkan masalah seorang artis terkenal di Rusia. Apakah karena warna

merupakan suatu persepsi yang lebih bisa diterima oleh semua orang dibandingkan dengan sosok terkenal yang hanya daerah tertentu saja yang mengetahuinya. Lalu mengapa *meme* "hmm..sudah kuduga" tidak bisa meluas hingga global hanya lokal saja di Indonesia, sedangkan *mannequin challenge* sangat mendunia.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa fenomena yang yang dipaparkan dari latar belakang di atas, terdapat beberapa butir penting yang dapat teridentifikasi, yaitu:

1) Terdapat *meme* yang intensitas menyebarnya tinggi.
2) Unsur visual merupakan bagian penting pada *meme* internet.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, berikut ini adalah rumusan masalah dari penelitian, yaitu:

Bagaimana model komunikasi *meme* internet?

1) Adakah unsur visual yang menjadi faktor *meme* menyebar?
2) Bagaimana mekanisme *meme* internet menyebar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1) Mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan suatu *meme* yang bisa berhasil dan menyebar.

2) Mengetahui unsur-unsur visual yang bagaimana yang disukai masyarakat pada suatu *meme* internet sehingga suatu *meme* bisa berhasil dalam penyebarannya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu:

1) Secara akademis:

   Ditemukannya hasil penelitian yang dapat membantu dalam mengkategorikan jenis *meme* internet dan menghasilkan kontribusi penting dan bernilai bagi pemahaman terhadap teks-teks media.

2) Secara praktis:

   Untuk mengidentifikasikan cara penyampaian ide yang mudah diterima oleh masyarakat dalam bentuk *meme* internet.

1.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Penelitian yang dilakukan akan lebih fokus dengan dibuatnya batasan dari masalahnya yaitu sebagai berikut:

1) Penelitian berfokus untuk membahas *meme* yang ada di internet.
2) *Meme* yang diteliti berupa format bitmap yaitu .jpeg
3) Target *audience* difokuskan yang berada di kota Bandung.

4) Penelitian mengambil visual pada *meme* tahun 2005-2017 yang ada di internet dalam *website* knowyourmeme.
5) Analisis dilakukan secara rinci dan menyeluruh terhadap visual yang diambil pada *meme* sehingga dapat diketahui unsur-unsur visual pada *meme* yang disukai oleh masyarakat.

Selain itu, adanya asumsi yang dapat disimpulkan bahwa *meme* internet itu bisa menyebar dengan luas karena beberapa faktor lain selain visual seperti:

1) Keinginan seseorang dalam menyebarkan *meme* agar orang lain mengetahui dan menjadi sesuatu yang dibahas agar menjadi viral dengan didukung oleh teknologi yang semakin maju sehingga orang akan mudah dalam membuat suatu *meme.*
2) Faktor visual yang ada dapat mempengaruhi bagaimana suatu *meme* bisa menyebar, dari segi bentuk (jenis gambar), komposisi, atau warna.
3) *Meme* dengan tren topik yang sama mempunyai kemungkinan untuk menyebar.
4) *Meme* dengan figur dan adegan yang sama mempunyai kemungkinan untuk menyebar lebih cepat.

Dari asumsi tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner visual untuk mengetahui visual pada *meme* yang seperti apa yang menyebar dan disukai oleh masyarakat.

1.6 Metodelogi Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber-sumber dari buku serta jurnal yang menunjang, seperti buku yang menjelaskan mengenai *visual culture* yang membahas tentang bagaimana suatu karya dilihat sebagai budaya visual yang diuraikan oleh Mirzoeff, buku yang menjelaskan media baru dimana membahas tentang fenomena yang muncul dengan teknologi yang semakin canggih saat ini, buku yang menjelaskan tentang komunikasi dimana membahas model-model komunikasi yang sering digunakan dan dibuat oleh beberapa ahli, dan buku yang menjelaskan tentang *meme* dimana membahas bagaimana asal mula kata *meme,* hingga timbul istilah *meme* internet dengan segala karakteristik yang terdapat pada *meme* tersebut yang diuraikan oleh Shifman, serta buku yang menjelaskan tentang analisis isi, dimana membahas tahap-tahap yang dilakukan dalam melakukan penelitian dengan menggunakan analisis isi. Selain itu, terdapat juga teori-teori yang berkaitan dengan khalayak yang menjadi responden dalam kuesioner untuk *meme* internet ini. Pendekatan penelitian ini memakai pendekatan sosiologi komunikasi dengan menghubungkan visual yang terdapat pada *meme* dengan fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Penelitian ini juga menggunakan metode campuran dengan metode analisis isi. Penelitian metode campuran adalah penelitian yang mengkombinasikan antara bentuk kualitatif dan bentuk kuantitatif (Creswell, 2010). Penulis menggunakan metode campuran ini dengan tujuan mengembangkan pembahasan melalui analisis dengan menerapkan dua metode agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih

mendalam. Manfaat dari diterapkannya metode penelitian ini dapat memberikan pemahaman secara menyeluruh terhadap masalah yang akan diteliti. Tantangan yang dirasakan penulis dalam menerapkan metode campuran ini yaitu pengumpulan data yang mempunyai cakupan yang luas agar penulis lebih memahami masalah yang diteliti, analisis data yang digunakan terdiri dari angka-angka dari hasil kuantitatif dan diolah menjadi data-data kualitatif, lalu waktu yang dibutuhkan dalam melakukan metode campuran ini cukup lama. Sedangkan metode analisis isi digunakan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan yang terdapat pada *meme* dan faktor visual apa saja yang berpengaruh terhadap *meme* menyebar sehingga dapat dibuat model penggambarannya.

Sebelum melakukan analisis, penulis mengumpulkan dan memilih *meme* yang diteliti, *meme* dipilih sesuai aspek-aspek yang telah ditentukan. Aspek-aspek ini adalah aspek visual dimana terdapat figur dan adegan, tren topik, narasi atau teks, dan komposisi. *Meme* yang diteliti berasal dari media internet yaitu diambil dari *website* knowyourmeme dan diproduksi secara digital. Analisis isi merupakan metode yang digunakan dalam mempelajari beragam teks (materi) seperti gambar, suara, karya seni, dan teks lainnya. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui isi yang terdapat pada variasi *meme*. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis isi yaitu sebagai berikut:

1) Menyusun kategori *meme* yang diamati dengan berlandaskan tujuan dari penelitian yaitu mengetahui unsur visual pada *meme*. Berikut ini kategori-kategori yang dianalisis.

Tabel 1.1 Kategori deskripsi pengamatan dalam analisis isi

Kategori	Deskripsi
Komponen yang diulang	Dalam *meme* yang diambil, terdapat komponen tertentu yang muncul berulang kali dalam variasinya. Komponen tersebut diamati sehingga dapat di tentukan kategori yang disusun untuk mengetahui kecenderungan *meme*.
Figur dan adegan	Dalam *meme* yang diambil, terdapat figur dan adegan yang sama dalam variasinya. Hal ini yang diamati.
Gender	Dalam *meme* yang diambil, terdapat figur dengan jenis kelamin perempuan, laki-laki, dan campuran (terdapat perempuan dan laki-laki)
Tren topik	Dalam *meme* yang diambil, terdapat tren topik yang mempunyai tema dan menyebabkan *meme* bisa menyebar. Hal ini yang diamati.
Teknik yang digunakan	Dalam *meme* yang diambil, terdapat manipulasi yang dipakai dalam variasinya dengan menggunakan *software* untuk menambah, mengurangi, mengganti objek yang ada dalam *meme*. Hal ini yang diamati.

2) Analisis. Mengelompokkan *meme* dengan kategori yang telah disusun dan menghubungkan visual pada *meme* dengan pendekatan sosiologi komunikasi.

3) Kesimpulan. Menjawab pertanyaan penelitian dan menghasilkan model komunikasi *meme* internet.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data, yaitu:

1) Survey

Survey merupakan jenis penelitian dengan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan seperti karakteristik objek yang diambil dalam penelitian. Dalam melakukan pengumpulan data ini, sumber-sumber data didapatkan dalam bentuk visual dari survey *meme* pada *website* yang membahas *meme* populer yang pernah menyebar dan dibahas di internet.

2) Kuesioner

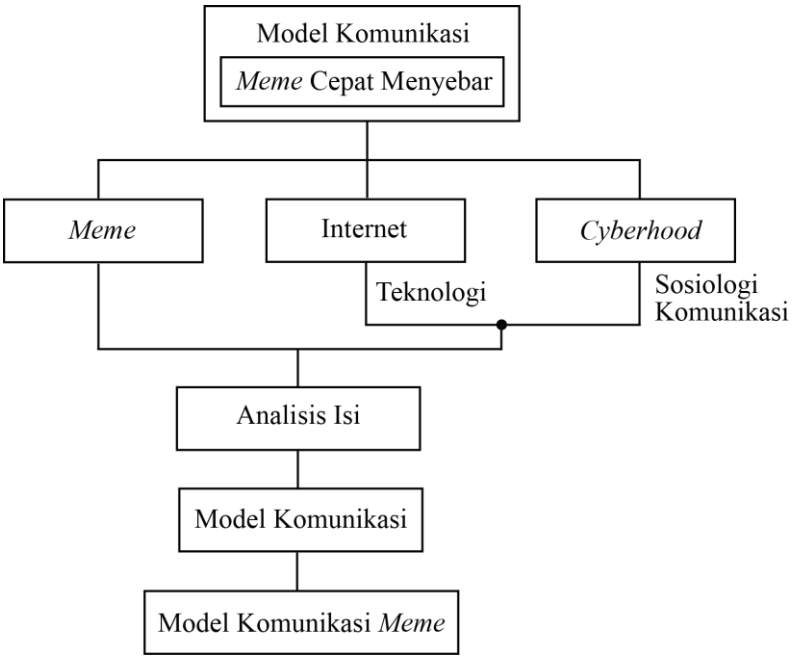
Kuesioner merupakan rangkaian pertanyaan yang dibuat oleh penulis mengenai masalah yang diteliti untuk memperoleh informasi dari responden yang dibutuhkan penulis. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner visual yang sudah disusun dengan tujuan ingin mengetahui apakah masyarakat tertarik dengan unsur visual yang terdapat pada *meme* dan apakah unsur visual merupakan salah satu faktor dalam *meme* yang menyebar atau mungkin saja unsur visual sama sekali tidak berpengaruh terhadap *meme* yang menyebar.

3) Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cara tanya jawab secara tatap muka antara peneliti

sebagai pewawancara dan narasumber. Wawancara dilakukan kepada target yaitu penikmat untuk memperkuat hasil penelitian.

1.6.1 Kerangka Penelitian



Gambar 1.4 Kerangka Penelitian

1.7 Sistematika Penulisan

Susunan sistematika penulisan dalam penelitian ini, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah mengenai fenomena *meme* yang menyebar di internet. Lalu ditentukan identifikasi serta rumusan dari permasalahan topik yang diambil, membuat tujuan serta manfaat yang ingin

dicapai, membatasi ruang lingkup penelitian dan memberi asumsi yang selanjutnya akan dicari kebenarannya, lalu menjabarkan metodelogi penelitian yang digunakan.

Bab II *Meme* dan Internet

Bab ini berisi penelitian terdahulu yang sebelumnya pernah dibuat oleh peneliti lain dengan kesamaan objek. Lalu berisi teori-teori yang mendasari dan mendukung dalam penelitian ini, seperti teori mengenai *meme* internet, lalu terdapat definisi *visual culture*, media baru, dan model-model komunikasi.

Bab III Visual *Meme* Internet

Bab ini berisi informasi yang dibutuhkan mengenai *meme* yang diambil yaitu sumber dan cara penentuan data, teknik pengumpulan data dan pengujian penelitian, operasionalisasi variabel, perancangan dan analisis data, tahap analisis data pada *meme*, variasi *meme* yang diambil, serta waktu dan lokasi penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada Bab ini menguraikan tentang analisis objek yang diambil dan diteliti dengan pengaplikasian teori-teori yang didapat dari bab 2 serta membahas hasil dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Pada Bab terakhir ini berisi pernyataan singkat jawaban hasil dari analisis yang berisi kesimpulan dan jawaban dari tujuan penelitian ini serta saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya dengan tema serupa untuk dijadikan referensi.