

Analisis Semiotika Meme Sindiran pada Akun Twitter @memefess (Analisis Model Charles Peirce)

Oleh:

AHMAD ZUHDI NIZAR
Nur Maghfirah Aesthetika

Progam Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni, 2023

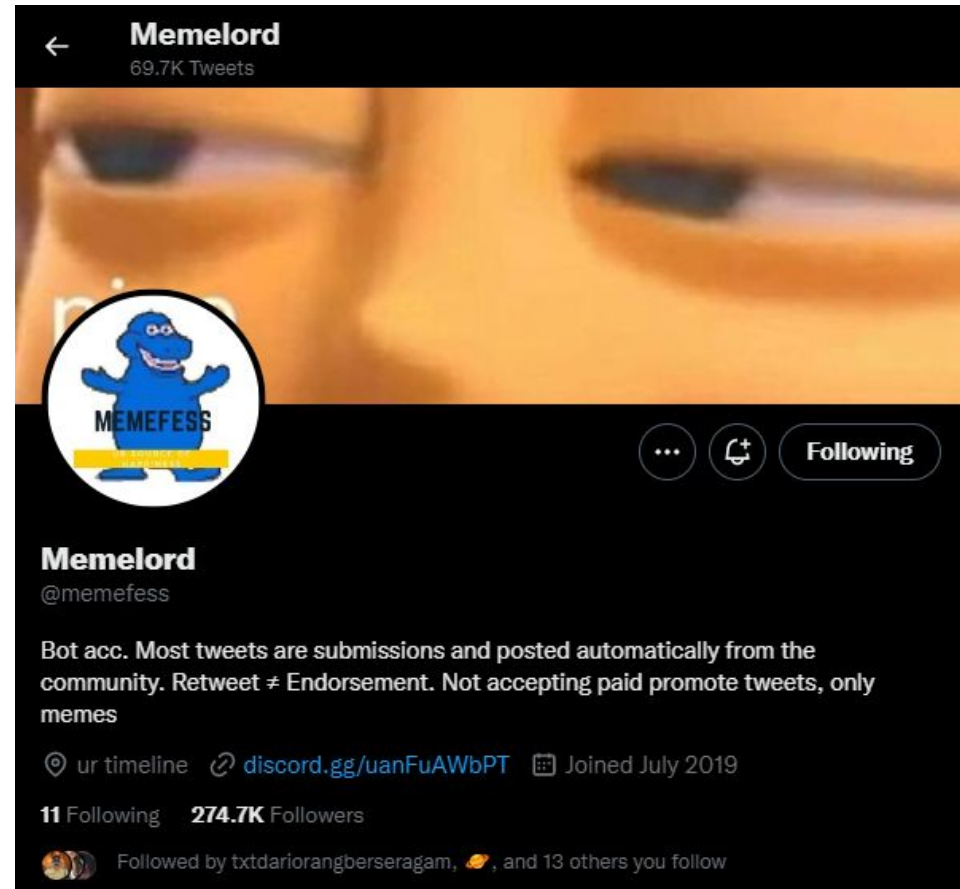


Pendahuluan

- Apa itu Meme?

Meme (dibaca seperti **mim**) adalah sebuah elemen budaya atau sistem yang berisi perilaku yang biasanya dibagikan oleh banyak orang karena mempunyai sebuah konteks yang dianggap mewakili. Meme lekat dengan sifat viral di internet, bisa gambar atau video.

Meme dibuat sebagai pengekspresian dari pembuat dalam bentuk gambar, salah satu pesan yang ingin disampaikan berupa Sindiran (Satire).



Pendahuluan

- Menurut (Ilham, 2017) Salah satu pilihan terbaik dalam proses komunikasi saat ini adalah pertumbuhan media seperti komunikasi visual. Komunikasi visual adalah proses mengungkapkan maksud atau keinginan tertentu kepada orang lain melalui bahasa kiasan yang hanya dapat dipahami secara visual beberapa elemen seperti ikon, karya seni, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna digunakan.
- Objek penelitiannya adalah akun twitter @memefess
- Subjek penelitiannya adalah beberapa meme sindiran pada akun tersebut

Rumusan Masalah

- Bagaimana bentuk Sindiran/satire yang disampaikan dalam memefess sebagai ekspresi dari pembuat meme?

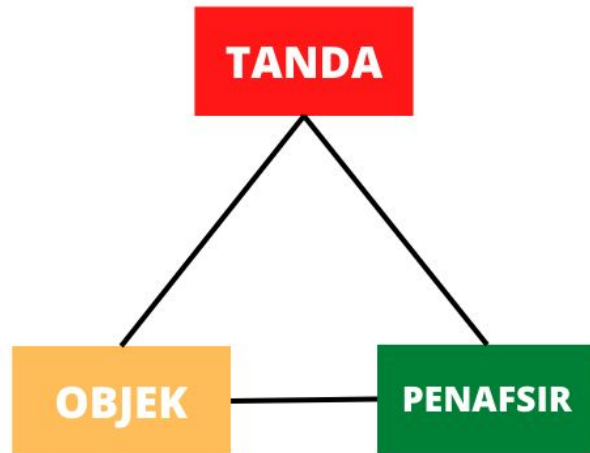
Tujuan Penelitian

- Untuk menjelaskan makna dan pesan tersembunyi melalui perantara meme satire sebagai pengekspresian pesan dari pembuat meme.

Metode

- Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori semiotika model Charles Sanders Peirce. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang pengumpulan datanya menggunakan kata-kata dan gambar. Dimana data tersebut diperoleh dari hasil dokumentasi
- Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan mengamati dan menganalisis objek Analisis semiotika model Charles Sanders Peirce yang menekankan tiga komponen kunci tanda, objek, dan penafsir. Metode dokumentasi digunakan dalam metodologi pengumpulan data penelitian ini dengan beberapa unggahan Meme Sindiran di akun Twitter @memefess pada 25 Desember 2022 sampai 31 Desember 2022 .

Teori



- Tanda (Sign) : Dalam kajian semiotik, tanda merupakan konsep utama yang dijadikan sebagai bahan analisis di mana di dalam tanda terdapat makna sebagai bentuk interpretasi pesan yang dimaksud. Secara sederhana, tanda cenderung berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh manusia.
- Objek (Object) : Objek merupakan konteks sosial yang dalam implementasinya dijadikan sebagai aspek pemaknaan atau yang dirujuk oleh tanda tersebut.
- Penafsir (Interpretant) : Konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Hasil

Dalam penelitian ini, @memefess termasuk akun meme yang diikuti oleh 274.000 pengguna aktif dan telah memposting 69.000 meme. Pembuat meme mengirim karya mereka ke akun @memefess melalui tautan perselisihan di bio, dimana kemudian diunggah secara otomatis oleh bot. Setiap orang bebas mengunggah, membagikan, meneruskan unggahan, dan menulis komentar yang membuatnya menghibur.

Terdapat 3 unggahan gambar meme satir pada jangka waktu 25 Desember 2022 sampai 31 Desember 2022 .

Pembahasan



Tanda (Sign)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lemari piala dengan logo klub. 2. Gambar Mixue yang menempati tempat kosong.
Objek (Object)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo pada lemari yaitu klub Tottenham Hotspurs menandakan pecinta klub tersebut.
Penafir (Interpretant)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lemari yang kosong tanpa ada isinya menandakan tidak pernah menjuarai piala sama sekali. 2. Adanya gambar Mixue yang memiliki arti menempati tempat kosong dimanapun bahkan di Lemari piala klub tersebut.



Tanda (Sign)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ilustrasi orang dengan raut muka kecewa dan sedih 2. Petunjuk arah yang mengelilingi dan berputar menandakan kejadian tersebut sering terulang kembali.
Objek (Object)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang yang melakukan ibadah mendapat komentar dan kesalahan setiap melakukan kegiatan ibadah dimanapun.
Penafsir (Interpretant)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika orang tersebut melakukan "Kami mau izin bangun rumah ibadah" dikomentari dengan "Kalian dilarang bangun ibadah disini" mereka pun menurut dengan mengganti solusi "Baiklah, kami mau ibadah di rumah saja" mereka masih mendapat komentar "Kalian dilarang ibadah di rumah, seharusnya di tempat ibadah" begitupun seterusnya hingga berputar-putar. 2. Makna yang terselubung adalah adanya Intoleransi dari warga yang menganut agama lain.

Khatib : "Hadirin Jamaah Jumat yang berbahagia"

Jamaahnya :



Tanda (Sign)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan baju klub manchester united 2. Orang menggunakan peci dengan raut muka sedih.
Objek (Object)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baju bola yang digunakan merupakan penggemar manchester united.
Penafsir (Interpretant)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teks yang bertuliskan "Khatib : Hadirin jamaah jumat yang berbahagia" merupakan kalimat yang sering digunakan ketika khutbah pada kegiatan ibadah sholat jumat. 2. Foto orang sedih menggunakan baju manchester united karena tidak sesuai dengan keadaan bahagia yang dibilang oleh khatib karena klub mereka kalah.

Temuan Penting Penelitian

- Warna yang digunakan dalam meme sering mengikuti pola yang sama dengan gambar media sosial lainnya. Sebagian besar meme menggunakan warna asli gambar, tetapi meme yang menunjukkan kesedihan, keputusasaan, atau patah hati biasanya menggunakan warna hitam dan putih karena lebih mendukung pesannya.
- Terlepas dari tujuan awalnya, meme sekarang telah menjadi semacam fenomena sosial yang berpengaruh di dunia maya, dan oleh karena itu, meme cenderung memancing respons dan perhatian dari banyak orang. Meskipun meme biasanya tidak ditujukan untuk mencari jawaban atau solusi, namun mereka dapat membangkitkan diskusi dan bahkan membentuk opini publik.

Manfaat Penelitian

- **Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi akademik sebagai bahan studi juga diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perkembangan keilmuan dibidang kajian media komunikasi visual.

- **Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangasih pemikiran atau referensi juga wawasan bagi khalayak dalam memahami pesan dalam media komunikasi visual seperti meme.

Kesimpulan

Dalam penelitian ini, unsur-unsur semiotika yang dianalisis meliputi tiga aspek yaitu Tanda, Objek, dan Penafsir. Tanda meliputi gambar, rupa, bentuk, dan warna yang digunakan dalam meme, sedangkan Objek merujuk pada makna yang terkandung dalam meme tersebut. Sementara itu, Penafsir mencakup sikap dan pola pemikiran dari para kreator meme yang menghasilkan karya tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini memeriksa ketiga unsur tersebut secara terperinci untuk memahami bagaimana meme mempengaruhi persepsi dan perilaku sosial di media sosial.

Meme juga menjadi sarana hiburan untuk internet dan media satir humor untuk menyindir tragedi yang sedang tren. Dapat disimpulkan, meme dapat digunakan sebagai komunikasi yang bebas oleh siapapun yang menggunakan internet dalam menyampaikan pendapat mereka. Netizen menggunakan sebagai kritikan dan sindiran dengan jelas dari sikap serta menghasilkan dalam humor.

Namun, proses penyebaran ini juga dapat menimbulkan masalah ketika meme menjadi sangat populer dan dipakai secara berlebihan, sehingga memicu kontroversi atau bahkan merugikan orang lain ketika gambar tersebut mengandung satire atau sindiran.

Referensi

- [1] N. M. Aesthetika and N. T. Kusdiyanti, “Persepsi Review Produk Make Up Melalui Beauty di Vlogger Youtube,” *Kanal J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. 2, pp. 83–87, Mar. 2020, doi: 10.21070/kanal.v8i2.181.
- [2] A. H. Utami, “MEDIA BARU DAN ANAK MUDA: PERUBAHAN BENTUK MEDIA DALAM INTERAKSI KELUARGA,” *J. Perpust. Univ. Airlangga*, vol. 11, pp. 8–18, 2021.
- [3] A. Listiorini, “WACANA HUMOR DALAM MEME DI MEDIA ONLINE SEBAGAI POTRET KEHIDUPAN SEBAGIAN MASYARAKAT INDONESIA,” *LITERA*, vol. 16, no. 1, Jun. 2017, doi: 10.21831/ltr.v16i1.14251.
- [4] H. Herna, H. Hiswanti, H. Hidayaturahmi, and A. A. Putri, “Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online kitabisa.com,” *J. Komun. Pembang.*, vol. 17, no. 2, pp. 146–156, Jul. 2019, doi: 10.46937/17201926843.
- [5] S. Prayudi, “RAGAM BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL TWITTER: KAJIAN SOSIOLINGUISTIK,” *J. Metamorf.*, vol. 8, p. 12, 2020.
- [6] Z. F. Nurhadi, “MODEL KOMUNIKASI SOSIAL REMAJA MELALUI MEDIA TWITTER,” *J. ASPIKOM*, vol. 3, no. 3, p. 539, Sep. 2017, doi: 10.24329/aspikom.v3i3.154.
- [7] M. Ilham, “REPRESENTASI BUDAYA POPULER MEME COMIC INDONESIA (ANALISIS SEMIOTIKA MEME DALAM FANPAGE MEME COMIC INDONESIA),” *Hasanuddin Univ. Repos.*, p. 126, 2017.
- [8] I. D. K. Titis Ary Laksanti, “BAHASA DAN KREATIVITAS: ANALISIS TINDAK TUTUR ILOKUSI DALAM MEME KAMUS KEKINIAN BAHASA INDONESIA,” *Multilingual*, vol. 18, no. 2, pp. 103–116, Dec. 2019, doi: 10.26499/multilingual.v18i2.115.
- [9] Sony Christian Sudarsono, “REPRESENTASI MASYARAKAT INDONESIA MELALUI KETIDAKJUJURAN YANG TERCERMIN DALAM MEME ‘AWAS ITU HOAX,’” *KOLITA 15*, pp. 21–25, 2017.
- [10] N. Zubaidah and I. Ardelia, “A DISCOURSE ANALYSIS OF MEMES,” *Getsempena Engl. Educ. J. GEEJ*, vol. 5, p. 7, 2018.
- [11] Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi Dan Mediana*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- [12] M. K. C. Lankshear, *A new literacies sampler*. New York: Penguin, 2007.
- [13] F. Murfianti, “MEME DI ERA DIGITAL DAN BUDAYA SIBER,” *Acintya J. Penelit. Seni Budaya*, vol. 11, no. 1, pp. 45–50, Mar. 2020, doi: 10.33153/acy.v11i1.2613.
- [14] A. Widiastuti, M. R. Ismail, and A. Z. Iswanto, “ANALISIS SEMIOTIKA MEME ‘PROFESI YANG TIDAK DAPAT WORK FROM HOME’ SELAMA PANDEMI COVID-19,” no. 1, 2020.
- [15] Yufi Safwan Fajar, “FENOMENA BAHASA SATIRE DALAM MEME DI MEDIA SOSIAL,” *Sinar Dunia J. Ris. Sos. Hum. Dan Ilmu Pendidik.*, vol. 1, no. 4, pp. 52–61, Dec. 2022, doi: 10.58192/sidu.v1i4.223.
- [16] P. Caroline, D. Novitasari, and B. Virgiana, “ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE TENTANG BODY SHAMING DALAM FILM IMPERFECT: KARIER, CINTA & TIMBANGAN,” vol. 01, 2020.
- [17] B. Mudjiyanto and E. Nur, “Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi,” *J. Penelit. Komun.*, vol. 16, no. 1, 2013.
- [18] E. D. S. Sovia Wulandari, “KAJIAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE: RELASI TRIKOTOMI (IKON, INDEKS DAN SIMBOL) DALAM CERPEN ANAK MERCUSUAR KARYA MASHDAR ZAINAL,” *J. Ilmu Hum.*, vol. 4, pp. 29–41, Jun. 2020.



إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya beserta kesulitan
itu ada kemudahan”.
(QS. Al-Insyirah: 6)