

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Bahasa sebagai Alat Komunikasi

Menurut Effendy (2006:11) komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu. Mulyana (2005:42) menjelaskan secara luas komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih untuk berbagi pengalaman. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan komunikasi adalah suatu peristiwa percakapan antar makhluk hidup baik manusia ataupun hewan melalui alat bahasa untuk dapat saling bertukar pikiran atau pendapat, mengutarakan perasaan, dan berbagi pengalaman dan informasi yang dapat memberikan pengaruh pada yang terlibat dalam proses komunikasi.

Banyak cara yang dilakukan makhluk hidup, utamanya manusia untuk berkomunikasi, adalah dengan komunikasi verbal dan nonverbal. Effendy (2006:7) memaparkan beberapa sifat komunikasi yakni: (a) Tatap muka (*face-to-face*); (b) Bermedia (*mediated*); (c) Verbal (1) lisan; (2) tulisan/cetak; (d) Nonverbal (1) kias/isyarat badaniah (*gestural*); (2) bergambar (*pictorial*).

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan dengan cara lisan dan tulisan. Bentuk komunikasi lisan misalnya terdapat dua orang atau lebih melakukan percakapan langsung di suatu tempat, atau melakukan percakapan melalui telepon seluler, sedangkan bentuk komunikasi tulisan dilakukan dengan beberapa media seperti surat, koran, majalah, internet, dan lain-lain. Komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang berupa gestur tubuh seseorang, gambar, dan lambang.

Dari penjelasan tersebut, proses komunikasi tidak hanya terbatas pada bentuk komunikasi verbal yang berupa lisan dan tulisan, tetapi juga dalam hal bahasa tubuh atau gestur seperti ekspresi muka dan gerakan atau bahasa

tubuh, gambar (lukisan dan foto), dan teknologi sebagai medianya. Proses komunikasi tidak akan berjalan jika tanpa adanya alat komunikasi. Alat komunikasi yang dimaksud adalah bahasa. Liliweri (2011:344) mendefinisikan bahasa adalah sebuah sistem dengan aturan tertentu sekurang-kurangnya aturan struktur internal. Artinya bahasa sebagai sistem merupakan pengaturan rata-rata dari suara yang diucapkan, kata-kata dan kalimat yang diucapkan bagi suatu unit yang disebut diskursus atau wacana.

Bahasa merupakan bunyi yang dikeluarkan melalui alat ucap manusia. Namun pada kegiatan komunikasi manusia tidak hanya menggunakan bahasa, tetapi juga menggunakan alat lainnya seperti simbol dan lambang. Dalam hal ini bentuk komunikasinya adalah komunikasi massa.

2.1.2 Komunikasi Massa

Joseph A. Devito (Effendy 2006:21) memaparkan dua definisi komunikasi massa. Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar majalah, film, buku, dan pita.

Komunikasi massa yang digunakan oleh kreator meme untuk menyebarluaskan meme adalah pada bentuk media sosial. Media sosial dipilih sebagai jembatan untuk menyebarluaskan meme karena hampir semua manusia di dunia ini menggunakannya, maka akan semakin mudah dan cepat penyebarannya, hal ini dibuktikan oleh jumlah pengikut instagram akun @memecomicindonesia semakin bertambah hingga pada bulan Maret total jumlah pengikutnya sebanyak 1,7 juta. Kreator meme tentunya memilih komunikasi massa sebagai sarana agar lebih tepat sasaran dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Sejalan dengan tujuan dibuatnya meme, proses komunikasi dalam hal ini, Effendy (2006:27) komunikasi massa memiliki beberapa fungsi diantaranya:

- Informasi: Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- Sosialisasi (pemasyarakatan): Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- Motivasi: Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong keinginan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- Perdebatan dan diskusi: Memfasilitasi dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu masalah atau perbedaan pendapat mengenai masalah publik.
- Pendidikan: Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- Memajukan kebudayaan: Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas wawasan seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas.
- Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara, dan citra dari drama, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olahraga dan sebagainya untuk sarana rekreasi.
- Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

2.1.3 Meme

Meme adalah satuan diskrit, maka dapat dikatakan bahwa suatu gagasan bagaimanapun dapat terhitung sebagaimana ide yang menyatakan kalau atom tidak dapat dibagi menjadi satuan yang lebih kecil lagi. Dengan meme sebagai satuan terkecil maka tercipta ruang yang menarik “bagaimana suatu gagasan yang tertular dari seseorang yang lainnya?”, tanpa memperhatikan isi dari suatu gagasan tersebut, atau gagasan yang membentuk meme yang lebih besar. Meme dapat terkandung dari sebuah kata ataupun meme dapat terkandung sepanjang pembicaraan dari pertama kata yang diucapkan sampai akhir. (id.wikipedia.org)

Pusanti menjelaskan dalam penelitiannya (2014:94) meme merupakan sebuah bentuk pertukaran ide-ide, dimana sebuah ide dapat mudah tersebar dari satu benak ke benak yang lainnya. Artinya, meme memiliki sesuatu hal yang dapat membuat orang memiliki rasa ketertarikan terhadap meme untuk dapat menyerap informasi, dalam hal ini dapat dilihat dari segi penyajian meme. Penyajian informasi yang ditulis dengan bahasanya yang santai, lucu, menggelitik, dan tak jarang mengkritik seseorang atau kelompok.

Meme tidak selalu berbentuk gambar karena dalam proses pembuatannya dapat berupa penggalan video yang diedit dengan membubuhkan tulisan di dalamnya lalu dikemas sedemikian rupa untuk memunculkan citra atau kesan tersendiri mengikuti tema yang diusung oleh kreator meme. Tema yang diusung pada meme biasanya berupa kisah percintaan remaja, fenomena yang hangat diperbincangkan, cerita, dan mitos jaman dahulu yang berhubungan erat dengan kehidupan sehari-hari.

Mengutip dari skripsi (Pratama 2015:19) Menurut Susan Blacmore dalam buku *The Power Of Meme*, meme (biasa dibaca mim) adalah karakter dari budaya, yang termasuk di dalamnya yaitu gagasan, perasaan, ataupun perilaku (tindakan). Meme dapat bereplikasi dengan sendirinya (dalam bentuk peniruan) dan membentuk suatu budaya, cara seperti ini mirip dengan penyebaran virus (tetapi dalam hal ini terjadi di ranah budaya). Richard Dawkins, dalam bukunya *The Selfis Gene* menceritakan apa dan bagaimana dia menggunakan istilah meme untuk menceritakan bagaimana

prinsip Darwinian untuk menjelaskan penyebaran ide ataupun fenomena budaya.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa meme adalah suatu ide, gagasan, perasaan, dan perilaku yang dituangkan dalam bentuk informasi, mirip seperti iklan yakni berupa gambar, penggalan video dan tulisan yang terdapat di dalamnya.

2.1.4 Komunitas Meme Comic Indonesia (MCI)

Meme comic Indonesia (MCI) adalah komunitas meme terbesar di Indonesia dengan lebih dari 1,7 anggota. MCI terbentuk sebagai komunitas di tahun 2012 melalui sebuah akun di facebook fanpage yang bernama Meme Comic Indonesia, di alamat facebook <https://www.facebook.com/MemeComicIndonesia> yang dibuat oleh seseorang berinisial Mr."P" dan hingga kini terkenal dengan sebutan "Admin P", yang tidak lama kemudian memiliki beberapa admin lain yang ikut bergabung dalam komunitas tersebut diantaranya Admin S, Admin Kit_ty dan banyak admin-admin yang lainnya.

Pada Februari 2014, alamat fanpage pernah diretas oleh admin yang tidak bertanggung jawab dan berhasil lepas dari retasan dan kembali di tangan admin pelopor dengan akun yang sama seperti semula yaitu <https://www.facebook.com/MemeComicIndonesia>. Tidak lama setelah kejadian peretasan akun, para admin menyerahkan manajemen dan pengembangan Meme Comic Indonesia kepada Pensil Media, agensi periklanan yang bertempat di Jakarta. Admin-admin MCI tetap berkreasi di fanpage tanpa gangguan dari luar dan terus berusaha memberikan hiburan yang lebih menarik dan bervariasi dari hari ke hari.

Meme Comic Indonesia memiliki akun twitter resmi di akun yang beralamat <https://twitter.com/idmci>. Di akhir tahun 2014, MCI merilis sebuah buku dengan judul "If You Know What Happened in MCI". Buku ini termasuk kategori buku *Best Seller*. Meme yang dibuat oleh para admin adalah meme yang saat ini sedang tren di kalangan masyarakat. Dengan mengangkat isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan, utamanya yang

mengangkat masalah remaja, dari mulai masalah percintaan sampai masalah kegalauan, cerita sekolah, ekonomi, politik, selebritis, dan masalah-masalah sosial lainnya. Meme Comic Indonesia memiliki beberapa akun di media sosial lainnya seperti facebook, instagram, twitter, path, BBM, Line dan twitter. (<http://www.memecomix.id/>)

2.1.5 Semiotika

Menurut Aart van Zoest (Rusmana, 2014:23) mengungkapkan bahwa semiotik sebagai studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya bagi yang mempergunakannya. Wiraatmadja (Rusmana, 2014:23) mendefinisikan semiotik sebagai ilmu yang mengkaji kehidupan tanda dalam makna yang luas dalam masyarakat, baik lugas (literal) maupun kias (figuratif), baik menggunakan bahasa maupun nonbahasa.

Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa semiotik adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda yang di dalamnya terdapat makna yang luas dan sempit bergantung pada persepsi setiap individu, baik dalam bentuk makna denotatif maupun konotatif. Tanda tersebut dapat dijumpai di kehidupan masyarakat, kehidupan para binatang dan keberadaan alam yang juga berperan bagi manusia untuk memberikan tanda.

1. Macam-macam Semiotik

Mansoer Pateda (Rusmana, 2014:35-37) menyebutkan Sembilan macam semiotik, sebagai berikut.

- a. Semiotik analitik, yaitu semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotik berobjek tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.
- b. Semiotik deskriptif, yaitu semiotik yang memerhatikan sistem tanda yang dapat dialami oleh setiap orang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap

seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit mendung menandakan bahwa hujan hujan akan turun. Hal itu merupakan tanda permanen dengan interpretasi tunggal (monosemiotik).

- c. Semiotik faunal (zoosemiotics), yaitu semiotik yang menganalisis sistem tanda dari hewan-hewan ketika berkomunikasi di antara mereka dengan menggunakan tanda-tanda tertentu, yang sebagiannya dapat dimengerti oleh manusia. Misalnya, ketika ayam jantan berkokok pada malam hari, dapat dimengerti sebagai penunjuk waktu bahwa malam akan berganti siang. Suara meong kucing yang berbeda-beda menimbulkan tanda atau makna yang berbeda pula. Suara meong dengan nada memelas memberikan makna kucing merasa lapar, sedangkan dengan nada yang keras menandakan sedang ada bahaya atau sedang berkelahi. Auman serigala dan gonggongan anjing menandakan adanya bahaya. Kibasan ekor anjing menandakan si anjing merasa senang.
- d. Semiotik kultural, yaitu semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Karena semua suku, bangsa, atau negara memiliki kebudayaan masing-masing, semiotik menjadi metode dan pendekatan yang diperlukan untuk “membedah” keunikan, kronologi, kedalaman makna, dan berbagai variasi yang terkandung dalam setiap kebudayaan.
- e. Semiotik naratif, yaitu semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (folklor).
- f. Semiotik natural, yaitu semiotik yang menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Misalnya, Badan Meteorologi dan Geofisika (BMG) melihat “awan yang bergulung di atas kota Jakarta”, sebagai dasar perkiraan bahwa “hujan akan turun di kota Jakarta”. Contoh lain, “petir” yang menyertai hujan menandakan ada awan yang bergulung tebal dan hujan dipastikan turun dengan lebat.
- g. Semiotik normatif, yaitu semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat manusia yang berwujud norma-norma.

- h. Semiotik sosial, yaitu semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia berwujud lambang, baik lambang kata maupun kalimat.
- i. Semiotik struktural, yaitu semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

2. Teori dan Model Semiotika

a. Semiologi Ferdinand De Saussure

Saussure memaparkan bahwa bahasa adalah jenis tanda tertentu dan semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda, proses menanda dan menandai (Vera, 2014:18). Dari pandangan Saussure dapat dipahami adanya keterkaitan antara linguistik dan semiotika. Model dasar Saussure lebih fokus pada tanda itu sendiri. Bagi Saussure, tanda merupakan objek fisik dengan sebuah makna atau lebih dikenal dengan istilah sebuah tanda terdiri atas penanda dan pertanda. Penanda adalah citra tanda, seperti yang orang persepsikan, tulisan di atas kertas atau suara di udara, pertanda adalah konsep mental yang diacukan pertanda.

Menurut Saussure, tanda atau simbol (termasuk bahasa) bersifat arbitrar, yaitu bergantung pada *impuls* (rangsangan) maupun pengalaman pribadi pemakainya. Kaelan (Vera, 2014:19) Prinsip teori Saussure menjelaskan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni signifier (penanda) dan signified (pertanda). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda dengan sebuah ide atau pertanda. Hubungan dari penanda dan pertanda disebut signifikasi atau makna. Contohnya kata “*close*” atau “tutup” yang ditempel di depan toko swalayan, merupakan tanda yakni kata tutup sebagai signifier, dan toko tertutup untuk bisnis jual beli.

b. Pragmatisme Charles Sander Pierce

Sebuah tanda atau representamen menurut Charles S Pierce (Wibowo, 2011:13) adalah sesuatu bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Pierce disebut

interpretant. Disebut interpretan dari tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada objek tertentu. Dengan demikian menurut Pierce, sebuah tanda memiliki relasi langsung dengan interpretan dan objeknya.

Tipologi tanda versi Charles S Pierce

Pierce (Wibowo, 2011:14) membedakan tipe-tipe tanda menjadi: ikon (icon), indeks (index), dan simbol (symbol) yang didasarkan atas relasi di antara representamen dan objeknya.

1. Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan ‘rupa‘ sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya. Di dalam ikon hubungan antara representamen dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakan tanda yang ikonik karena ‘menggambarkan‘ bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.
2. Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal di antara representamen dan objeknya. Di dalam indeks hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contoh jejak telapak kaki di atas permukaan tanah, merupakan indeks dari seseorang atau hewan yang telah lewat disana, ketukan pintu mengindekskan kehadiran dari seseorang.
3. Simbol adalah jenis tanda yang bersifat arbitrer dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan umumnya bersifat simbolik. Contohnya simbol-simbol pada rambu lalu lintas.

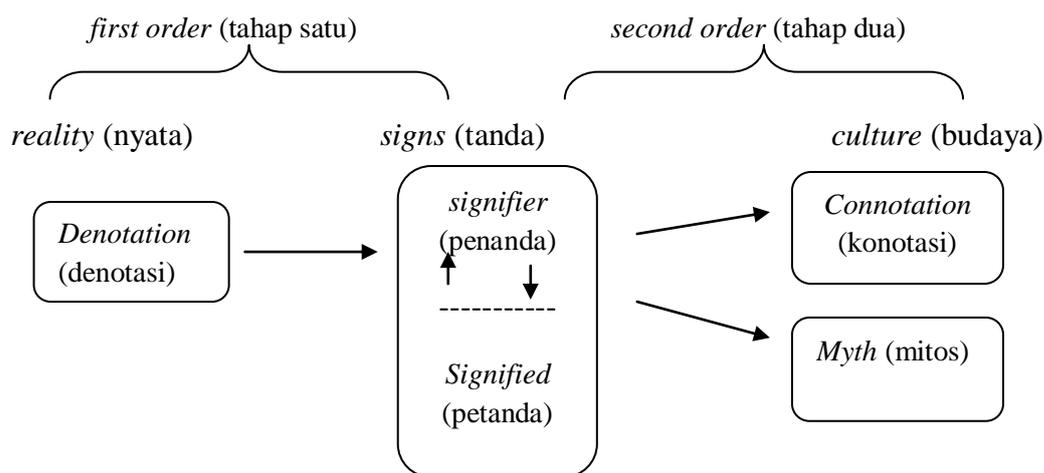
c. Mitologi Roland Barthes

Sobur (Vera, 2014:27) Teori semiotik Barthes mengungkapkan bahwa bahasa merupakan suatu sistem tanda yang mencerminkan asumsi masyarakat tertentu dalam kurun waktu tertentu.

Sejalan dengan pandangan Saussure, Barthes juga meyakini bahwa hubungan antara penanda dan pertanda bersifat arbitrer. Arbitrer adalah makna manasuka, yakni bergantung pada kesepakatan atau konvensi

masyarakat di suatu daerah tertentu. Berbeda dengan Saussure yang hanya menekankan sistem penandaan dalam tataran denotatif, Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tataran konotatif.

Gambar 2.1 Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: John Fiske (Sobur, 2009:127)

Dari gambar tersebut menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* pada sebuah tanda terhadap realitas eksternal, adalah denotasi, yaitu makna paling nyata sebuah tanda, makna langsung dan pasti, makna sebenarnya sesuai rujukannya. Berger (Sobur, 2013:263) mengungkapkan denotasi adalah makna yang bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda. Tanda konotasi signifikasi tingkat kedua yang merupakan tanda yang penandanya memiliki keterbukaan makna, tidak langsung, dan tidak pasti, artinya terbuka terhadap penafsiran yang baru. Konotasi menggambarkan sesuatu yang menggambarkan perasaan atau keadaan emosi dari pembaca, serta nilai-nilai kebudayaannya. Kridalaksana (Sobur, 2013:263) menjelaskan bahwa konotasi dapat diartikan sebagai aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang

timbul atau ditimbulkan pada pembicara (penulis) dan pendengar (pembaca).

Pada konsep Barthes, juga dipaparkan tentang mitos. Mitos pada teori Barthes bukanlah mitos seperti pada umumnya yang bersifat takhayul dan tidak masuk akal. Mitos menurut Barthes adalah bahasa, maka mitos adalah bagian sistem komunikasi yang di dalamnya memuat sebuah pesan. Barthes mengemukakan bahwa mitos adalah perkembangan dari makna konotasi. Konotasi yang telah lama terbentuk di masyarakat adalah mitos. Contohnya, pada gaya bicara dan bahasa tubuh seseorang.

2.1.6 Media Sosial Instagram

Pada era ini, tidak dapat dipungkiri bahwa segala sesuatu aktivitas manusia tidak terlepas dari internet. Internet merupakan salah satu media komunikasi elektronik yang dapat menghubungkan orang satu dengan orang yang lainnya melalui aplikasi-aplikasi yang ditawarkannya. Internet sebagai media komunikasi menawarkan berbagai macam suguhan baik itu berupa informasi, hiburan, ilmu, bahkan sampai dijadikan sarana promosi dan berjualan *online*.

Salah satu aplikasi yang didukung oleh teknologi internet adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah sarana yang menjembatani seseorang untuk dapat berkomunikasi dari segala penjuru dunia. Perkembangan media sosial pada era ini berkembang sangat cepat dan tidak sedikit penggunaannya. Masyarakat sangat konsumtif atas kehadiran media sosial, buktinya segala aktivitas selalu diposting ke dalam sosil media. Masyarakat menjadi sangat bergantung oleh keberadaannya. Salah satu media sosial yang populer saat ini adalah instagram.

Mengutip dari skripsi Eryta Ayu Putri S. (2013:5) Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter atau efek sesuai keinginan lalu menyebarkan di media sosial seperti facebook, twitter, dan lainnya. Instagram adalah juga menyediakan fitur *crop* (memotong foto) menjadi bentuk persegi, sehingga hasilnya mirip seperti kamera kodak instamatik dan Polaroid (kamera

instan). Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti penggerak.

Selain fitur kamera, efek foto, dan potong foto instagram memiliki fitur lainnya seperti pengikut. Sistem sosial dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut dan mengikuti akun pengguna lainnya.

2.2 Kajian Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan judul penelitian antara lain:

1. Prayoga Ardhi Pratama mahasiswa Universitas Lampung Bandar Lampung tahun 2015 dengan judul “Representasi Ikonitas Emosional Pada Gambar Meme Komik Indonesia (Analisis Semiotika Pada Akun Twitter Meme Comic Indonesia @MemeComicIndo).

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu menjelaskan dan menggambarkan data-data secara sistematis, jelas, dan faktual. Masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah ikonitas emosional direpresentasikan dalam gambar meme komik Indonesia pada akun twitter @MemeComicIndo selama bulan November dan ikonitas yang sering muncul dan banyak di retweet oleh pengikut dari akun twitter @MemeComicIndo. Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi yaitu dengan cara pengumpulan gambar meme yang diunggah oleh akun MCI di media sosial twitter. Teknik analisis data dengan reduksi data kemudian dilanjutkan dengan menginterpretasinya menggunakan model analisa semiotika Roland Barthes sebagai teori utama.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa representasi ikonitas emosional gambar meme komik adalah sebuah bentuk gambar peniruan tentang sikap manusia yang pemaknaan gambar itu bergantung pada deskripsi kalimat yang digunakan. Selama bulan november jenis tema yang muncul adalah percintaan, pengalaman, keluarga, mimpi, bunuh diri, internet, kerja kelompok, pertemanan, film kartun dan kekompakan. Ikonitas emosional yang sering muncul dan diretweet adalah gambar meme yang bertemakan kekinian yaitu tema yang berkaitan dengan remaja.

Karakter yang gambar meme yang sering muncul yaitu karakter Yao Ming dengan gambar yang disesuaikan dengan deskripsi kalimat.

2. Rosa Redia Pusanti mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2015 dengan judul “Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial “Path” sebagai Media Kritik di Era Siber)”.

Pendekatan dalam penelitian ini bersifat interpretatif kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data lebih mendasarkan pada hal-hal diskursif (kemampuan menalar). Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah kritik dalam meme politik digambarkan melalui penggunaan tanda ikon, indeks, dan simbol. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode yakni studi dokumentasi, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ikon, indeks dan simbol dalam meme politik memiliki potensi untuk menyampaikan pesan secara akurat melalui bentuk visual dan vernakularnya untuk menjembatani keterlibatan politik yang menyenangkan di jejaring sosial “Path” dengan kesadaran kritis mengenai isu-isu politik khususnya meme politik yang tersebar pada masa pemilu presiden 2014.

3. Tauchid Yuni Tarjono mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya tahun 2011 dengan judul “Analisis Semiotika Wacana Kaos “Cak Cuk” Surabaya”.

Penelitian ini menggunakan teori tentang semiotika produk, teks dan konteks, makna denotasi dan konotasi serta fungsi penggunaan tanda yakni fungsi direktif dan ekspresif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, dan pengumpulan data ini dengan teknik dokumentasi dan observasi. Penelitian menggunakan deskriptif-kualitatif berguna untuk menganalisis unsur-unsur kebahasaan yang merupakan tanda yang terdapat dalam kaos “Cak Cuk” Surabaya.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa teks yang ditemukan dalam wacana kaos “Cak Cuk” Surabaya selalu diekspresikan dalam dua baris kalimat yakni pada kalimat pertama sebagai sampiran atau

pengantar dan pada baris kedua sebagai isi atau pesan dan konteks pada wacana tersebut banyak dimunculkan dengan tanda nonverbal seperti warna merah dan biru serta banyak memakai model atau ilustrasi gambar wanita yang berpose sensual sebagai ikonnya. Konteks sosial banyak dimunculkan secara fisik melalui penyebutan nama-nama kawasan di Surabaya. Fungsi berdasarkan penggunaannya, wacana tersebut lebih banyak berfungsi secara daripada fungsi direktifnya.

Tiga penelitian tersebut lebih memfokuskan penelitian berbagai jenis analisis semiotika, pada penelitian yang pertama menggunakan analisis ikon emosional, penelitian yang kedua menggunakan analisis pada ikon, indeks, dan simbol, dan penelitian yang ketiga penelitian lebih difokuskan pada analisis wacana. Subjek yang digunakan juga beragam mulai dari meme, meme politik yang berisi tentang isu-isu politik, dan juga kaos “Cak Cuk” Surabaya.

Pada penelitian kali ini, peneliti mengangkat beberapa permasalahan yang belum pernah diangkat sebelumnya yakni semiotika normatif, kultural, dan sosial. Menggunakan sumber data penelitian meme pada akun media sosial instagram Meme Comic Indonesia @memecomindonesia yang merupakan komunitas meme terbesar di Indonesia dengan pengikut kurang lebih 1,5 juta orang.

2.3 Kerangka Berpikir

Manusia adalah makhluk sosial yang mana dalam segala aktifitasnya melakukan interaksi. Proses interaksi tidak akan terlaksana tanpa adanya komunikasi. Komunikasi adalah salah satu bentuk upaya seseorang atau kelompok untuk menyampaikan suatu informasi, baik itu gagasan, ide, ataupun perasaan.

Salah satu fenomena yang sampai detik ini terus menjadi pusat perhatian masyarakat adalah meme. Fenomena meme layak diapresiasi kehadirannya sebab di dalamnya mengandung unsur informasi dengan gaya penyampaian yang bebas namun tetap tepat sasaran, tepat sasaran yang dimaksud adalah langsung mengena pada apa yang sedang hangat diperbin-

cangkan. Tidak sekadar menyuguhkan informasi aktual, sebuah meme tidak jarang mengupas kehidupan sosial masyarakat yang banyak terjadi di masa lalu namun dengan tetap dikemas sedemikian rupa hingga pesan yang disampaikan tidak terkesan zaman dulu. Gaya penyampaian yang menarik disertai bahasa-bahasa kritik namun menggelitik, meme mampu menyedot perhatian masyarakat sampai saat ini.

Salah satu hal yang dapat dianalisis dari kehadiran meme ini adalah semiotik yang terkandung dalam teks dan gambar yang dituangkan di dalamnya. Banyak sekali semiotik pada meme yang dapat diinterpretasikan diantaranya semiotik normatif, kultural, dan sosial. Salah satunya meme yang diciptakan oleh komunitas meme terbesar di Indonesia yaitu Meme Comic Indonesia pada akun media sosial instagram @memecomic-indonesia.

Gambar 2.2

