

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran teknologi modern internet merupakan saluran komunikasi yang praktis dan menjadi media baru (*new media*) yang selalu diminati oleh siapa saja. Internet digunakan sebagai kebutuhan sarana informasi dan hiburan di samping televisi dan radio. Bahkan hampir semua aktivitas di era globalisasi ini, selalu membutuhkan koneksi internet untuk berkomunikasi dengan orang lain. Koneksi internet merupakan suatu sistem dari komputer yang dapat menghubungkan seseorang dari jarak jauh. Menurut Dominick (2009 : 361) dalam artikel Krisdyahayu (2018 : Kompasiana.com) Koneksi internet dapat menghubungkan seseorang dari jauh, koneksi internet disambungkan melalui kabel telepon, kabel fiber optik dan kabel-kabel yang dibangun dengan tujuan tertentu. Menurut Krisdyahayu (2018 : Kompasiana.com) seiring perkembangan zaman, pada sekitar tahun 2000-an internet merupakan *easy-to-use program* telah melahirkan konten – konten yang bisa di-*upload* seperti *blog*, *social network sites*, serta *sharing sites* dan *video*. (Krisdyahayu, Maria Rosari. 2018).

Aplikasi internet yakni *Friendster* yang berbasis membangun jaringan pertemanan dunia maya di seluruh dunia merupakan awal dari munculnya sebuah *platform* sosial media. Menurut P.N. Howard dan M.R Parks (2012) dalam artikel Budianto (2017 : ibrand.id) Media sosial adalah media yang terbagi tiga bagian, yaitu infrastruktur informasi dan alat untuk memproduksi dan mendistribusikan konten media, konten media dapat berupa pesan pribadi dalam bentuk digital,

berita, gagasan, dan produk budaya, dan kemudian mereka yang menggunakan media dalam bentuk digital. Kontennya adalah individu, organisasi, dan industri.

Dewasa ini, bentuk media sosial beragam bentuk pemanfaatannya. Pemanfaatan media sosial bukan hanya saling mengirim pesan dan bertukar informasi kepada siapa pun, tetapi dimanfaatkan sebagai alat prasarana aktualisasi diri dengan cara membagikan konten tertentu kepada publik. Meningkatnya informasi dan hiburan dari berbagai sumber internet menjadikan setiap orang “melek” ilmu pengetahuan dan teknologi dari berbagai *platform*, khususnya sosial media seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *LinkedIn* dan lain sebagainya. Pengguna aktif internet di ranah sosial media khususnya *Facebook* berada di angka sebesar 120 juta orang pengguna *Facebook* tersebar di Indonesia baik itu mobile maupun menggunakan perangkat komputer (Pratama, 2019 : cnbcindonesia.com)

Facebook pertama kali memasuki pasar aplikasi sosial media di Indonesia pada tahun 2008. Menurut Kompas.com, pertumbuhan *Facebook* dalam dua tahun terakhir juga sangat besar. Mengutip dari blog Nick Burcher, dalam dua tahun terakhir (2008-2010), pengguna *Facebook* di Indonesia telah tumbuh lebih dari 8.000% (8223.2%). Pada September 2008, jumlahnya hanya mencapai 322.000, kemudian pada September 2010, jumlahnya meningkat tajam menjadi 26,8 juta. (Wahono, 2011 : tekno.kompas.com)

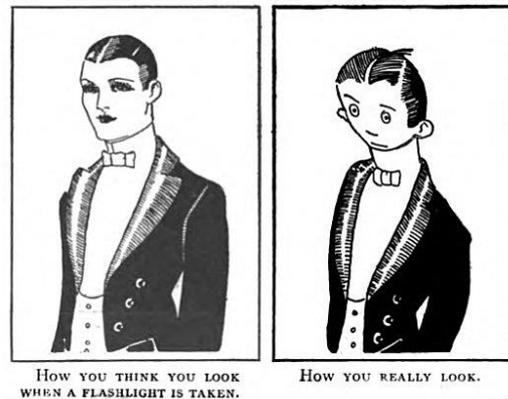
Menggunakan fitur *Facebook* seperti menulis status, mengirim pesan, bermain game, bergabung grup, memulai pertemanan baru dan fitur *Facebook story* tersebar ke berbagai lingkaran pertemanan pengguna *Facebook* yang ter-koneksi bersama. Hasil dari unggahan tersebut menjadi konten publik dan menjadi jejak

digital *user Facebook*. Selain itu, *Facebook* juga memiliki fungsi umpan berita, sehingga *Facebook-er* dapat dengan mudah mengakses informasi secara terorganisir, dan memberikan pesan seperti pengingat pemberitahuan acara dan email teman-teman pengguna *Facebook* lainnya. (kusumaningtyas, ratih dwi. 2015 : 7).

Meme menjadi tren dikalangan pengguna media sosial, gambar-gambar lucu yang disertai dengan teks berunsur humor yang seringkali berisi sindiran atas suatu permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat yang disebut *meme* (Herliana, 2016 : 2). Apabila berselancar lebih dalam lagi di kolom pencarian, terdapat sebuah *posting-an*, komunitas halaman, dan grup. Sebuah konten yang bertemakan *meme* selalu terpampang di mana pun selalu dijumpai oleh pegiat sosial media terutama *Facebook*.

Istilah *meme* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins dalam bukunya *Selfish Gene* pada tahun 1976. Dalam buku ini, *meme* itu sendiri berasal dari bahasa Yunani “Mimeme” serta penyebutannya disederhanakan menjadi “*meme*” (baca: mim) yang berarti sesuatu yang menyerupai atau meniru (Fauzan, 2015 : 3). *Meme* merupakan wadah sarana hiburan khalayak internet (*netizen*) sebagai wujud bentuk ekspresi dan kritik sosial terhadap fenomena tertentu di sosial media. *Meme* diciptakan melalui proses replikasi dan modifikasi dari visual fotografis yang telah tersedia di mesin pencari seperti *Google* (Judhita, 2015 : 108). Dalam tulisan artikel Mufson (2018 : vice.com) sebelum terjadi modernisasi di era digital, konten *meme* pertama kali dibuat pada tahun 1921. Temuan ini ditemukan

pada kolom majalah *Judge* oleh akun Twitter @YoRHaw melalui *posting-an thread*-nya di tahun 2018, berikut ini ilustrasi dari majalah *Judge*:



Gambar 1.1. Ilustrasi *Meme* dari *Judge Magazine*

“Gambar kiri menjelaskan bagaimana dirimu terlihat ketika terkena senter, lalu gambar kanan menjelaskan bagaimana dirimu terlihat yang sebenarnya” (Mufson, 2018 : vice.com)

Saat ini banyak akun bertemanan tentang *meme* beredar di beranda pencarian Facebook, kehadiran akun-akun *meme* itu beragam macam pembahasannya seperti percintaan, politik, kehidupan masyarakat, teknologi, drama, dan lain sebagainya. Namun salah satu akun *meme* Facebook *Televishitposting* atau dengan *username* @terebishit merupakan salah satu halaman komunitas pegiat Facebook seni & hiburan yang bertemanan membahas televisi yang dibuat pada 5 Mei 2018. Akun ini memiliki total pengikut sebanyak 78.982 akun dan *likers* sebanyak 74.289 yang diakses per tanggal 14 Februari 2020. Latar belakang akun *Televishitposting* dari halamannya berisikan:

“Ngeposting mengenai segala aktifitas dari TV Indo misalnya acara & iklan tertentu yang lagi tayang, tujuan biar menghibur tanpa ada gaji juga gpp”

Berdasarkan tentang halaman akun *Televishitposting* digunakan sebagai media hiburan dalam menyampaikan sebagian potret kondisi pertelevisian

Indonesia dalam bentuk humor *meme* sarkasme, *satire*, permainan kata, paradoks dan lain-lain. Dimulai dari *posting*-an konten tulisan, *screenshot* gambar, foto, maupun video dikemas sedemikian rupa dengan *caption* atau tanpa *caption* menjadi *meme* oleh akun *Televi s h i t p o s t i n g*. *Posting*-an tidak hanya berasal dari pembuat akun *Televi s h i t p o s t i n g* saja, melainkan juga berasal dari sumbangsih komunitas *netizen* dengan cara mengirim konten melalui laman beranda, pesan, maupun kolom komentar.

Upaya penyebaran *meme* sebagai bentuk aksi penyampaian informasi dan kritik tidak hanya berwujud media teks, foto, atau video saja, melainkan banyak konten lain yang bisa dijadikan menjadi objek penyebaran *meme* ini. Bauckhage (2011: 42) juga menunjukkan penyebaran *meme* ini, yang biasanya dikembangkan dengan berkomentar, meniru atau meniru berita dari media lain.

Munculnya konten *meme* dengan wacana humor yang di-*posting* di berbagai sosial media khususnya akun *Facebook* *Televi s h i t p o s t i n g* menjadi sorotan oleh penulis. *Meme* ini mengacu pada banyaknya tayangan yang menuai kontroversi di kalangan penonton. Seperti acara gosip bertajuk aib, *reality show*, dangdut *show*, pemberitaan politik yang tidak proporsional, salah ketik dalam penulisan berita, *talk show* yang tidak mengindahkan kesopanan, media promosi yang berlebihan, acara komedi dengan bumbu kekerasan, acara bertajuk mistis, jam tayang program yang berlebihan, *rating* usia program acara yang tidak sesuai, adegan asusila pada sinetron /FTV dan lain sebagainya. Sehingga tercipta beberapa

posting-an meme bernuansa humor tentang televisi di Indonesia yang ipunggah oleh akun *Televi s h i t p o s t i n g* sebagai berikut:



Gambar 1.2. Konten *Meme* aktivitas televisi dari akun *Televi s h i t p o s t i n g*

Menurut penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian Kritik Sosial dalam Humor *Meme* Terhadap Pertelevisian Indonesia (Analisis Wacana Akun *Facebook* *Televi s h i t p o s t i n g*). Konten *meme* yang diambil oleh penulis berada di rentang waktu November 2019 hingga Maret 2020, digunakan sebagai penelitian ini. Penulis mengambil fenomena ini karena menduga mendapati sudut pandang wacana kritik sosial yang dibangun oleh akun *Facebook* *Televi s h i t p o s t i n g* melalui *meme*, dibuat untuk menciptakan sebuah makna yang berasal dari gagasan dan fenomena aktivitas televisi di Indonesia.

Dikutip oleh Eriyanto (2001 : 4) analisis wacana dalam paradigma Konstruktivisme menggunakan analisis wacana sebagai analisis untuk mengungkapkann tujuan dan makna tertentu.. Artinya subjek yang memiliki makna tersembunyi, pengungkapan dilakukan dengan melakukan penafsiran struktur makna dari sang pembicara dengan menempatkan diri mengikuti sudut pandang

pembicara. Dengan kata lain peneliti memaknai sudut pandang dari sumber yang didapatkan.

Menurut Creswell (2014 : 32) Paradigma konstruktivisme berusaha untuk memahami dunia tempat mereka hidup dan bekerja. Tidak hanya itu, paradigma konstruktivis juga menekankan politik makna dan proses bagaimana orang menggambarkan realitas. Oleh karena itu, analisis wacana dimaksudkan sebagai analisis untuk menemukan makna atau niat tertentu (Eriyanto, 2001: 5). Kemudian peneliti dapat menghubungkan makna dengan potensi yang ditemui, sehingga fenomena *meme* yang diteliti dapat diterjemahkan maksud arti dari pesan yang ingin disampaikan. Pemahaman ini bertujuan untuk menganalisis makna humor dalam konten *meme* terhadap aktivitas “pertelevisian” di Indonesia.

Penulis menyandingkan penelitian tersebut dengan analisis Wacana model Teun A. Van Dijk. Karena menurut peneliti model ini dinilai mampu mendapatkan hasil yang maksimum. Pendekatan analisis wacana dengan representasi media lebih efektif dan kompleks dibandingkan dengan pendekatan analisis isi, jika ditinjau secara teoritis. Tidak hanya dapat menyandingkan dan menghitung kata-kata dan aspek-aspek lain, tetapi juga dapat menganalisis struktur ucapan yang rumit di berbagai tingkat deskripsi (Sobur, 2006 : 5).

Wacana oleh Van Dijk digambarkan memiliki tiga dimensi elemen teks, konteks sosial, dan kognisi sosial digabungkan menjadi satu analisis. Penggambaran yang dimaksud seperti bagaimana struktur elemen teks yang disampaikan untuk memperjelas tema tersebut. Lalu pada segmen konteks sosial yakni menghubungkan antara teks terhadap realitas sosial yang ada. Terakhir kognisi sosial proses produksi teks yang melibatkan kognisi individu yang

memproduksi teks dengan cara pandangan ideologi dari individu yang memproduksi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah jelaskan sebelumnya, bagaimana bentuk wacana kritik sosial dalam humor *meme* terhadap pertelevisian Indonesia yang dibangun oleh akun *Facebook* televisi *shitting* selama November 2019 hingga Maret 2020 jika ditinjau wacana teks, kognisi sosial dan konteks sosial yang terdapat dalam teori Analisis Wacana Van Dijk?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui wacana humor dalam *meme* yang dibangun oleh akun *Facebook* *Televi shitting* ditinjau dari wacana teks, kognisi sosial dan konteks sosial yang terdapat dalam teori Analisis Wacana Teun Van Dijk.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baru dalam perkembangan kajian media, khususnya *New Media*. Selain itu penelitian ini diharapkan memberi perspektif baru terkait wacana *meme* di media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *meme* berfungsi sebagai media informasi dan kontrol sosial pada potret sebagian

tayangan pertelevisian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari wacana teks, kognisi sosial dan konteks sosial yang termasuk dalam teori analisis wacana Van Dijk.

1.4.3. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca dengan memperkaya referensi dan memperbanyak kajian ilmu komunikasi khususnya Analisis Wacana Humor *Meme* yang terdapat di *New Media*.