



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi di era digital ini semakin berkembang pesat. Dewasa ini perkembangan teknologi dengan hanya menggunakan perangkat alat elektronik seperti *laptop* atau *smartphone* yang mudah dibawa ke mana saja. Hal ini dapat dilihat pada survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dimana teknologi informasi yang sering dipakai di Indonesia yaitu *smartphone*, memiliki total pengguna mencapai 44,16%, sedangkan pengguna komputer atau laptop pribadi mencapai 4,49% ("Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia", 2017).

Kemunculan teknologi informasi ini tidak lepas dari upaya pemerintah Indonesia dalam mengembangkan infrastruktur internet pada 1980an. Jumlah pemakai internet terus meningkat sehingga pada 2013 terdapat 71,19 juta pengguna internet di Indonesia. Dengan jumlah tersebut, penetrasi internet di Indonesia tahun 2017 adalah sebesar 143,26 juta pengguna internet ("Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia", 2017).

Pengguna internet di Indonesia sebagian besar menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial. sesuai dengan hasil survei yang ditemukan APJII sebesar 87,13%. Hal ini sesuai dengan hasil survei APJII yang menunjukkan sebesar 87,13% pengguna internet di Indonesia sering mengunjungi media sosial

*Facebook, Instagram, Youtube, Google Plus, Twitter dan Linked In.* ("Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia", 2017).

Dampak dari penggunaan media sosial yang masif memunculkan fenomena baru di masyarakat. Salah satu fenomena yang sedang populer di kalangan pengguna media sosial pada saat ini adalah fenomena *meme* ("Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia", 2017).

*Meme* adalah sebuah gambar atau foto yang diberi teks sehingga menghasilkan suatu makna yang baru. Maka gambar di dalam *meme* menggambarkan kisahnya sendiri, untuk kemudian diinterpretasikan oleh pengguna lain (Nugraha, Sudrajat, & Putri, 2015, p. 239). Menurut Shifman (2013, p. 362) *meme* umumnya diterapkan untuk menggambarkan propaganda pada konten seperti rumor dan lelucon, yang dibagikan oleh khalayak melalui internet.

Masyarakat mudah menerima dan mengirimkan *meme* melalui email, *chatting*, forum, blog, atau media sosial. *Meme* internet biasanya berkembang melalui komentar, tiruan, atau parodi, atau bahkan melalui berita terkait di media (Bauckhage, 2011, p. 42). *Meme* bisa menyebar dalam bentuk aslinya, tetapi dapat juga dalam bentuk modifikasi yang dibuat penggunanya (Nugraha, Sudrajat, & Putri, 2015, p. 238).

Kehadiran *meme* di media sosial tidak lepas dari peran pengguna media sosial itu sendiri dalam hal penyebaran informasi terkait *meme* yang sedang populer. Sebuah *meme* muncul biasanya diambil dari suatu kejadian yang menarik, ucapan yang lucu, khas, bahkan kesalahan pengejaan (Pusanti & Haryanto, 2015, p. 3). Apabila masyarakat menyukai topik dan gambar *meme* tertentu yang dilihatnya di

salah satu media sosial, dia akan mengunggah kembali postingan *meme* tersebut ke dalam akun pribadinya (Nugraha, Sudrajat, & Putri, 2015, p. 238).

*Meme* dapat bersifat sebagai humor politik dimana sebuah wacana informal dari dunia maya yang akan berubah dan memiliki sifat politis, baik dipandang sebagai modal politik bagi para tokoh politik, ataupun sebagai media bagi khalayak pengguna internet di kalangan muda (Pusanti & Haryanto, 2015). *Meme* politik tidak hanya ramai dibagikan pada masa-masa sekarang ini, tapi di masa pemilu 2014 lalu *meme* juga sudah ramai disebar. Dengan penggunaan format visualnya serta penggunaan verbal atau teks yang mudah dicerna, *meme* memunculkan citra tersendiri terkait beberapa tokoh politik yang terkenal di Indonesia yang sering muncul di media sosial, dan yang sering mendapatkan banyak kritikan mengenai peristiwa-peristiwa politik (Pusanti & Haryanto, 2015, p. 4). *Meme* politik biasanya semakin gencar ketika hajak politik seperti pemilihan presiden berlangsung, seperti yang terjadi pada pemilihan presiden tahun 2019.

Pemilihan presiden Indonesia menjadi topik yang menarik perhatian masyarakat, baik di dunia nyata maupun dalam dunia maya. Perhatian tersebut ditandai dengan adanya banyak pesan yang bermunculan di media sosial dalam bentuk status ataupun tanggapan terhadap para calon presiden 2019. Pada pemilihan presiden (Pilpres) 2019 kali ini seakan kembali mengulang Pilpres yang dilangsungkan pada lima tahun yang lalu. Dimana presiden dari sisi pertahanan Joko Widodo (Jokowi) akan kembali berhadapan dengan Prabowo Subiyanto. *Meme* politik tidak hanya ramai dibagikan pada pemilu tahun ini, namun juga sudah banyak digunakan dalam masa pemilu 2014 lalu. Dalam *meme* Pilpres 2014

dengan Pilpres 2019 ini tidak ada perbedaan yang terlalu menonjol, dikarenakan di Pilpres 2019 Jokowi masih sama akan bersaing dengan Prabowo.

Gambar 1.1 Contoh *meme* Jokowi dan Prabowo

**kira kira minta di ulang  
lagi gak bos orang itu  
klu klah pilpres 2019**



Sumber : [www.me.me](http://www.me.me)

Gambar 1.2 Contoh *meme* Jokowi dan Prabowo



Sumber : [www.me.me](http://www.me.me)

Dalam gambar 1.1 menyatakan Prabowo kalah pada Pilpres 2014 dengan ekspresi sedih terlihat dari pemilihan foto. Kemudian diolok-olok oleh Presiden

Jokowi dan mengatakan jika di Pilpres 2019 nanti Prabowo kalah minta diulang lagi ditahun selanjutnya atau tidak? Kemudian pada gambar 1.2 konteks dari *meme* tersebut yaitu, ada sebuah pernyataan dari masyarakat yang sudah beredar dengan pernyataan negara ini terlalu banyak hutang dan bagaimana ingin membangun sesuatu untuk Indonesia kalau uangnya tidak ada. Pernyataan tersebut diilustrasikan dalam bentuk *meme*, dengan mencantumkan foto Prabowo dengan ekspresi yang sedang bingung mengatakan “mau bikin ini, mau bikin itu... uangnya dari mana?” dan foto Presiden Jokowi dengan ekspresi menjelaskan “uang ada dari China, tinggal kita mau utang apa nggak!”

Berdasarkan latar belakang di atas fenomena *meme* ikut berkembang seiring dengan munculnya *trending topic* di media sosial yang ada di masyarakat. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh yang berfokus pada *meme* bertemakan pilpres pada mahasiswa. Dengan judul penelitian “Pemaknaan *meme* tentang Jokowi dan Prabowo dalam kaitan dengan Pilpres 2019 di media sosial pada mahasiswa di Kabupaten Tangerang”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Penulis akan mengamati fenomena *meme* politik yang muncul, penulis akan merumuskan masalah tersebut yaitu: bagaimana pemaknaan para mahasiswa terhadap *meme* Jokowi dan Prabowo dalam konteks Pilpres 2019 di media sosial?

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana akses mahasiswa di Kabupaten Tangerang terhadap *meme* Jokowi dan Prabowo dalam Pilpres 2019 di media sosial?

2. Bagaimana pemaknaan mahasiswa di Kabupaten Tangerang terhadap *meme* Jokowi Prabowo dalam Pilpres 2019 di media sosial?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana akses mahasiswa di Kabupaten Tangerang terhadap *meme* Jokowi dan Prabowo dalam Pilpres 2019 di media sosial.
2. Mengetahui bagaimana pemaknaan mahasiswa di Kabupaten Tangerang terhadap *meme* Jokowi dan Prabowo dalam Pilpres di media sosial.

#### 1.5. Kegunaan Penelitian

1. **Kegunaan Akademis:** Dari segi akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah jumlah penelitian komunikasi terkait *meme* di media sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan referensi untuk penelitian sejenis berikutnya.
2. **Kegunaan Praktis:** Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi para praktisi media sosial. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para tokoh politik dan masyarakat agar dapat mengetahui lebih dalam mengenai tujuan dari *meme* politik yang masyarakat buat.

#### 1.6. Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa di beberapa kampus Kabupaten Tangerang saja sebagai target narasumber.
- b. Peneliti juga membatasi objek penelitian hanya beberapa *meme* di media sosial.

c. Peneliti tidak dapat memperoleh informasi tentang siapa pembuat *meme* yang diteliti, maupun asal-usul pendistribusian *meme* tersebut. Akibatnya, peneliti tidak dapat mengetahui secara pasti apa motif dan maksud dari *meme* tersebut.

