



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

Realitas sosial terbentuk karena adanya masyarakat di mana seseorang menafsirkan suatu keadaan sosial bersifat obyektif, akan tetapi penafsiran tersebut juga memiliki sisi subyektif. Hal ini bisa bersifat subyektif karena pikiran masyarakat terbentuk oleh budaya masyarakat lainnya, manusia menciptakan pikirannya sendiri berdasarkan dari dunianya. Menurut Parera (dalam Berger dan Luchmann, 2013, p. xvi) menyatakan,

Kenyataan sosial itu, selain menampilkan dimensi obyektif (tradisi Durkheimian) juga sekaligus menampilkan dimensi subyektif, karena apa yang dinamakan masyarakat ialah buatan kultural dari masyarakat tertentu; manusia sekaligus pencipta dari dunianya tersendiri (lingkungan fisik organisasi sosial serta sistem nilainya).

Dalam buku Tafsir Sosial Atas Kenyataan Parera mengungkapkan, dalam membangun interpretasi obyektif atas kejadian di masyarakat memerlukan ukuran atas tafsirannya, di mana interpretasinya harus bisa dipahami oleh masyarakat yang diteliti, karena masyarakat tersebut sudah memiliki pengetahuan atau interpretasi tentang kehidupannya sendiri (Berger dan Luchmann, 2013, p. xvii).

Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya berdasarkan respon dan stimulus dalam dunianya. Paradigma definisi sosial tertarik pada apa yang ada dalam pemikiran manusia mengenai proses sosial, terutama para

pengikut interaksi simbolis. Dalam proses sosial tersebut, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas dalam dunia sosialnya (Bungin, 2006, p. 191).

Hidayat (dalam Bungin, 2006, p. 191) menjelaskan ontologi paradigma konstruktivis, realitas ialah konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Akan tetapi, kebenaran suatu realitas sosial bersifat tidak pasti, berlaku sesuai konteks yang spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosialnya.

Wujud dari realitas sosial salah satunya ialah dengan *meme* bisa dipahami sebagai wujud ekspresi individu atau kelompok individu mengenai suatu realitas sosial. Manusia secara kreatif menunjukkan wujud dari realitas sosial yang dimilikinya. Dari realitas sosial yang ada, manusia menafsirkan dan memaknai suatu realitas sosial, salah satunya *meme*.

Saat ini, *meme* menjadi *trend* di kalangan pengguna internet (netizen) salah satunya di media sosial Instagram. Media sosial yang bersifat sangat cepat mengenai *update* terhadap informasinya, begitu juga dengan *meme*, tersebar begitu cepat dan menjadi *booming*. *Meme* yang biasa tersebar di internet biasanya berupa gambar, video, tagar (*hashtag*), komik, kata-kata, atau ungkapan yang tercipta dari kreator yang membuat dan mengunggahnya ke internet serta menyebarkannya secara luas. *Meme* juga merupakan cara baru untuk menyampaikan pesan, gabungan dari pesan verbal dan nonverbal.

Dalam bukunya yang berjudul *The Selfish Gene*, Richard Dawkins (2017, p.289) menggunakan kata *meme* yang berasal dari bahasa Yunani “*mimeme*” sebutan bagi satuan terkecil dari sebuah budaya yang mirip dengan suatu gen yang

berkembang biak seperti gen yang berkembang dari tubuh satu ke tubuh lainnya melalui sperma atau telur. Begitu pun dengan *meme*, berkembang biak dari satu pikiran ke pikiran lainnya melalui proses imitasi.

Pada penelitian ini, peneliti membahas mengenai *meme comic*, yang di mana pesan yang berisikan berupa gambar komik yang biasanya bermaksud sarkasme, humor, atau eksperesi penggunaannya mengenai isu-isu yang lampau maupun yang sedang terjadi. *Meme* biasa menyebar dalam bentuk aslinya. Akan tetapi seiring berjalannya waktu dan perkembangan manusia yang semakin kreatif, *meme* juga sering muncul berupa turunan atau pembaharuan yang dibuat penggunaannya.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti *meme comic* di media sosial Instagram karena Instagram merupakan media *sharing* video dan foto. *Meme comic* yang merupakan visualisasi dari gambar berupa kartun serta teks yang menjadikan sebuah hasil gambar dalam bentuk foto. Peneliti melihat bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang cocok untuk mengunggah *meme*.

Di mana *meme comic* yang berisikan pesan bisa menimbulkan berbagai macam makna bagi para pengguna dan penikmat *meme comic* tersebut. masing-masing orang bisa memberikan makna yang berbeda dari pesan yang disampaikan melalui *meme*.

Dalam penelitian ini, peneliti mengaitkan *meme* dengan realitas sosial yang terjadi di masyarakat. *Meme* menjadi wujud ekspresi masyarakat terhadap isu serta permasalahan yang ada, salah satunya permasalahan politik yang terjadi di Indonesia yang bercampur dengan permasalahan agama. Macam-macam *meme*

bermuculan dan tersebar luas di internet yang menjadikan *meme booming* di kalangan warga internet. Terjadinya permasalahan politik yang bersangkutan dengan agama menjadi suatu hal yang menarik untuk dibahas di masyarakat dan dijadikan *meme* oleh-oleh kreator *meme*.

Permasalahan agama dan politik yang setahun belakangan ini menjadi panas mengenai Pilkada Gubernur DKI Jakarta 2017 yang salah satu calonnya beragama non muslim, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Hal tersebut menjadi permasalahan bagi kebanyakan umat muslim di Indonesia, terlebih di Jakarta. Permasalahan ini memicu munculnya kritikan, sarkasme, satir, opini, bahkan *hate speech* terhadap calon-calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta. Masyarakat mayoritas muslim mendukung calon-calon gubernur muslim, akan tetapi tidak menutup kemungkinan masyarakat muslim ikut mendukung Ahok yang saat itu ikut periode kedua penjabatan gubernur DKI Jakarta. Namun, permasalahan beda pendapat ini menjadi suatu hal yang krusial, menjadikan masyarakat Indonesia terpecah belah dan menjadi terkotak-kotak. Selain itu juga, Ahok menjadi tersangka kasus penistaan agama yang memunculkan banyak aksi-aksi bela islam.

Hingga saat ini pun permasalahan agama dan politik menjadi permasalahan yang sensitif sekaligus menarik untuk di bahas oleh warga masyarakat. Terlebih munculnya *meme* secara meluas, hal tersebut bisa menjadi hiburan sekaligus sesuatu yang bisa menimbulkan perpecahan. Maka dari itu, peneliti ingin membahas bagaimana masyarakat memaknai pesan yang terdapat dalam *meme*. Dalam hal ini, peneliti membahas mengenai *meme comic* yang dibuat oleh akun Instagram @Banggaber.

Peneliti ingin meneliti *meme comic* yang dibuat oleh akun Instagram @Banggaber. Di mana akun Instagram @Banggaber dimiliki oleh seorang kreator bernama Rizal Fahmi. Akun tersebut berdiri pada awal 2014. Gaber sendiri diambil dari singkatan “gak beruntung, gak berjelak, gak bergairah, dan gak berduit” dan masih banyak lagi yang disesuaikan dengan kondisi yang terjadi. Namun, lebih sering dikenal dengan sebutan “gak berjelak”. Dari nama tersebut, Rizal mendapatkan inspirasi untuk membuat karakter komiknya.

@Banggaber sendiri memiliki 172 ribu pengikut per tanggal 20 September 2018 di akun Instagramnya. Dibandingkan dengan akun Instagram semacamnya, @Banggaber mengangkat topik-topik atau isu-isu sosial yang terjadi di masyarakat untuk dijadikan konten dalam Instagramnya. Keunikan dari akun ini juga membuat pengikutnya menjadi mengingat kembali suatu hal yang terjadi di masyarakat Indonesia, dengan membahas topik-topik ringan yang tanpa disadari oleh masyarakat hal tersebut sering kali terjadi di kehidupan masyarakat. Membuat konten secara ringan yang bahkan belum terpikirkan oleh orang lain.

Berbeda dengan kebanyakan akun *memelainnya* di Instagram @Banggaber menggambarkan keadaan sosial masyarakat Indonesia. Tidak sekadar humor seperti akun Instagram @tahilalats, @1.cak, bahkan @9gag. Hal tersebut membuat karya @Banggaber lebih memiliki nilai di dunia jurnalistik atau pers, walaupun jumlah pengikutnya tidak lebih banyak dibanding dengan akun-akun lainnya.

Di penelitian ini, peneliti menggunakan studi resepsi, Jensen dan Rosengen (dalam Adi, 2012, p. 26) mengatakan di mana studi ini merupakan perspektif baru

dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Studi resepsi merupakan respon dari tradisi keilmuan dalam ilmu sosial yang berdasarkan pengalaman dan dampak media. Akan tetapi, untuk melihat respon terhadap studi teks humanistik, studi resepsi menyarankan khalayak ataupun konteks komunikasi massa memerlukan penglihatan secara spesifik sosial tersendiri dan menjadi objek analisis empiris. Adanya perpaduan kedua pendekatan antara sosial dan perspektif diskursif memunculkan konsep produksi sosial terhadap makna. Kemudian, studi resepsi menjadi pendekatan tersendiri guna mengkaji secara mendalam mengenai proses-proses aktual melalui wacana media yang disesuaikan dengan berbagai wacana dan praktik budaya khalayaknya (Jankowski & Jensen, 2002, p. 137).

Stuart Hall (dalam Griffin, 2005, p. 370) mengungkapkan manusia mempelajari makna terhadap sesuatu hal melalui wacana, komunikasi, dan budaya. Dalam sebuah wacana, seseorang juga harus mencari tahu asal dari mana wacana tersebut terbentuk.

Pemaknaan Khalayak Hall memiliki ciri khas yaitu proses *Encoding* (meyampaikan pesan) dan *Decoding* (menerima pesan). Hall memberikan tempat bagaimana cara media melakukan representasi terhadap budaya yang tidak memproduksi kesetaraan sosial dan membungkam pihak-pihak yang tidak berdaya (Griffin, 2005, p. 371).

Dalam proses *Encoding* dan *Decoding* yang dicetuskan oleh Hall guna melihat relasi persepsi antara produsen dan konsumen pada sebuah teks (During, 1993, p. 90). Dalam penelitian ini, bagaimana khalayak menerima serta

membentuk persepsi pesan yang terkandung dalam *meme comic* yang dibuat oleh kreator.

Dalam penelitian ini, proses *encoding* dilakukan oleh kreator *meme* dalam menyampaikan pesan yang terkandung dalam *meme comic* yang dibuat dan *decoding* dilakukan oleh para penikmat *meme* sebagai si penerima makna serta menafsirkan makna yang terkandung dalam *meme comic* tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana proses penyampaian dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh pengguna melalui *meme comic* ke dalam judul penelitian *Pemaknaan Khalayak Mengenai Meme comic Pada Akun Instagram @Banggaber Terkait Postingan Permasalahan Agama dan Politik*. Fokus dalam penelitian ini ialah bagaimana khalayak memaknai *meme comic* permasalahan agama dan politik

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut,

Bagaimana khalayak memaknai *meme comic* pada akun Instagram @Banggaber terkait postingan permasalahan agama dan politik?

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

1. Bagaimana proses Banggaber sebagai pencipta *meme comic* membuat konsep dan kerangka konseptual dalam menghasilkan karyanya?
2. Bagaimana khalayak menafsirkan *meme comic* Banggaber?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Dari pertanyaan penelitian di atas, peneliti memiliki tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui

1. Proses Banggaber sebagai pencipta *meme comic* membuat konsep dan kerangka konseptual dalam menghasilkan karyanya.
2. Penafsiran khalayak terhadap *meme comic* Banggaber terkait postingan permasalahan agama dan politik

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

1.5.1 KEGUNAAN AKADEMIS

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang ilmu komunikasi terutama mengenai sosial realitas serta fenomena *meme comic* yang terjadi di media sosial. Kemudian, juga memberikan kontribusi mengenai metode, teori, serta konsep yang digunakan oleh peneliti.

1.5.2 KEGUNAAN PRAKTIS

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi para praktisi mengenai analisis resepsi di media sosial dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik terkait.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.5.3 KEGUNAAN SOSIAL

Penelitian ini diharapkan guna dijadikan acuan atau pembelajaran mengenai pemaknaan di media sosial, bahwa masing-masing individu atau kelompok individu memiliki makna yang berbeda bagi setiap pesan yang disampaikan. Kemudian, menjadi acuan bagi masyarakat untuk mengetahui bagaimana pesan diolah dan dimaknai.

1.6 KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penelitian ini hanya terbatas pada *meme comic* di akun Instagram @Banggaber, tidak membahas *memes* secara menyeluruh di media sosial, serta peneliti memilih beberapa *meme comic* yang diunggah oleh pemilik akun Instagram tersebut. Selain itu, minimnya referensi mengenai teori resepsi sehingga penulis sulit untuk menjelaskan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA