

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fenomena *internet meme* sudah bukan menjadi hal yang asing lagi di Indonesia. Sejak satu dekade lalu hingga saat ini meme telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Terutama dalam kehidupan bermedia-sosial, internet meme sangat mudah untuk dijumpai. Fenomena kultur meme seolah menjadi bentuk demokrasi digital perwujudan dari *participatory digital culture* yang menunjukkan gaya berkomunikasi di era media baru (Wiggins & Bowers, 2015). Yang dimaksud dengan meme adalah suatu materi digital yang menyebarkan konten umum dalam berbagai karakteristik, bentuk, dan sikap yang diciptakan berdasarkan kesadaran bersama, disirkulasikan, diimitasi, dan ditransformasikan melalui internet oleh banyak orang (Shifman, 2014). Meme digunakan pengguna media sosial sebagai pola komunikasi media baru yakni sarana berekspresi humor yang mengandung makna satir. Munculnya meme timbul berkat adanya suatu kejadian menarik, ucapan lucu, hingga kekeliruan dalam pengejaan sesuatu. Meme merupakan bentuk respon akan suatu kejadian tersebut. Menurut pendapat Shifman (2014) terdapat dua cara penyebaran dan keterkaitan seseorang terhadap suatu konten meme. Hal pertama yaitu *virality*, membahas mengenai kecenderungan seseorang dalam menyebarkan salah satu konten meme tertentu. Kemudian hal kedua yaitu *memetic*, membahas mengenai kualitas memetika yang dapat meningkatkan keterlibatan seseorang terhadap suatu konten dengan cara membuat ulang, mencampur dan meniru sebuah meme.

Sebuah meme akan mudah menyebar dan viral disebarkan melalui media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Namun, Twitter menjadi salah satu media sosial yang menjadi pusat penyebaran meme tercepat. Ini dikarenakan di Indonesia, Twitter adalah salah satu media sosial yang cukup populer pada kalangan masyarakat. Twitter terhitung memiliki jumlah pengguna harian aktif

sebesar 145 juta pengguna pada tahun 2019. (Kompas.com, 2019) Kemudian, angka pengguna harian kini semakin bertambah secara drastis sejak pandemi COVID-19 dan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diterapkan di Indonesia. Dwi Adriansah, selaku Country Industry Head Twitter Indonesia membuat pernyataan bahwa total jumlah kenaikan pengguna harian naik sebesar 34% dari tahun lalu. (Detik.com, 2020). Hal ini membuat Indonesia menjadi salah satu pengguna media sosial Twitter tertinggi di kawasan Asia Tenggara.

Tentunya jumlah tersebut berpengaruh cukup besar terhadap penyebaran konten internet meme, terutama meme politik. Tren meme politik berawal dari tahun 2008, setahun sebelum Pemilihan Umum Presiden digelar. (Alinsyah, 2014) Kemudian tren ini terus berlanjut hingga ke Pilpres berikutnya di tahun 2014 dan 2019 sebagai penyemarak pesta demokrasi. Meskipun kultur meme merupakan gejala yang sangat baru dalam konteks media Indonesia, namun dapat membuktikan bahwa media baru adalah konteks strategis ajang politik lewat permainan teks meme. Kultur ini berpusat pada kreativitas dan pemahaman politik individu, hingga kultur meme bisa dikatakan sebagai gerakan politik meski dalam wilayah *virtual*. (Wadipalapa, 2015)

Terdapat banyak macam fenomena populer yang dapat di golongan sebagai fenomena viral, salah satunya fenomena Omnibus Law. Munculnya fenomena wacana isu Omnibus Law atau UU Cipta Kerja yang disahkan pada 05 Oktober 2020. UU Cipta Kerja memicu kontroversi dari berbagai pihak. Salah satunya karena disimpulkan terdapat beberapa pasal yang telah disahkan akan membawa dampak buruk bagi ketenaga-kerjaan. Tudingan kontroversial ini membuat masyarakat mulai bersuara. Bentuk suara masyarakat ditumpahkan lewat bentuk beragam bentuk mulai dari postingan keluh-kesah di media sosial tidak jarang masyarakat mengolah dengan kreatif pemikiran mereka kedalam bentuk meme. Meskipun penciptaannya memerlukan daya kreativitas, pada kenyataannya meme lebih dimaknai sebagai proses komunikasi ketimbang proses berkarya seni. Di dalam meme terdapat muatan informasi-informasi yang ingin disampaikan oleh kreatornya (Alimecca dalam Juditha, 2015).

Dapat dikatakan bahwa isu-isu hangat yang cenderung dibicarakan di media massa pada mulanya berawal dari Twitter. (Zarella, 2010) Hal ini berkat adanya fitur

*trending topic* yang membedakan Twitter dengan media sosial lainnya. Fitur *trending topic* pada Twitter pada dasarnya berguna untuk mengetahui apa saja yang sedang hangat diperbincangkan di kalangan publik. Ketika UU Cipta Kerja disahkan, publik yang kontra mulai beramai-ramai membuat aneka hastag viral, salah satu fenomena hastag tersebut membuat peneliti tertarik dimana masyarakat mengaitkan sebuah gim daring dengan isu meme politik yang dikenal luas dengan sebutan #DPRImpostor di media sosial Twitter. Meme ini diadaptasi dari istilah “*impostor*” dalam gim Among Us yang saat itu sedang populer bertepatan dengan pengesahan UU Cipta Kerja. *Among Us* adalah nama permainan berbasis *mobile* populer yang dapat dimainkan dengan jumlah empat hingga sepuluh orang pemain untuk menjalankan sebuah misi di kapal luar angkasa. Permainan ini dilakukan dengan setiap pemain memegang peran sebagai rekan tim juga penipu itu sendiri. Sebab itu, istilah “*impostor*” kemudian digunakan yang merujuk kepada sindiran kepada DPR atas pengesahan UU Cipta Kerja. Kata *impostor* dalam bahasa Indonesia berarti penyemu. Penyemu berkaitan kepada seseorang yang sedang menyemu; menipu; atau pengkhianat. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020).





Gambar 1. 1 Meme Politik Among Us #DPRImpostor

(sumber: twitter.com, 2020)

Meme seringkali dikaji menggunakan ilmu Semiotika untuk mempelajari bagaimana cara memahami tanda yang ada pada suatu meme sehingga pembaca dapat menerima pesan dan makna yang terkandung didalamnya. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Adjie, 2019) berjudul “Representasi Kritik Dalam Meme Politik Dalam Masa Kampanye Pemilu 2019 Kepada Capres Dan Cawapres Di Media Sosial Instagram Sebagai Media Kritik “ menyimpulkan bahwa bahwa ikon, indeks dan simbol dalam meme politik berpotensi untuk menyampaikan pesan secara kuat melalui bentuk visual dan vernakular sebagai bentuk keterlibatan politik yang menyenangkan di media sosial Instagram dengan kesadaran kritis mengenai isu-isu politik. Sejalan dengan kesimpulan tersebut, penelitian yang dilakukan oleh (Pusanti, 2015) juga memiliki kesimpulan serupa bahwa kekuatan berkat format visualnya serta penggunaan verbal yang mudah dicerna, meme memunculkan citra tersendiri terkait tokoh-tokoh politik populer Indonesia yang sering muncul di jagat maya serta berbagai kritikan mengenai peristiwa-peristiwa politik.

Selain itu, semiotika juga digunakan dalam penelitian untuk memahami gim Among Us. Penelitian tersebut dilakukan oleh Wardhana dan Imani (2020) menggunakan semiotika Roland Barthes. Penelitian di publikasikan melalui unggahan video pada media sosial YouTube berjudul “ Memaknai Alur Permainan Dalam Permainan Video Among Us Terbitan Innersloth. “ Kesimpulan penelitian menunjukkan aspek semiotika Roland Barthes pada gim Among Us terdiri dari makna denotasi *Crewmates* dan semua pemain merupakan awak yang menjalankan permainan, makna konotasi merujuk kepada *Impostor* sebagai alien yang menyamar sebagai seorang anggota tim, dan mitos yang memiliki makna bahwa di setiap

lingkup kehidupan akan ada seorang penjahat yang bersembunyi didalamnya. Adapun penelitian tersebut kemudian menjadi salah satu referensi rujukan Peneliti dalam mengembangkan penelitian ini terkait pembahasan untuk memahami alur gim Among Us dan keterkaitan yang ada pada gim tersebut dengan kajian semiotika lebih mendalam.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang disebutkan adalah penelitian ini akan fokus pada bagaimana interpretasi pesan politik yang disampaikan dalam meme politik terkait gim daring Among Us yang tengah menjadi fenomena yang populer bersamaan dengan pengesahan UU Cipta Kerja. Peneliti menemukan adanya potensi tanda yang perlu dimaknai pada meme politik Among Us #DPRImpostor sebagai representasi kritik kepada DPR RI. Sebelumnya topik dengan fenomena ini belum pernah diteliti, oleh karena itu penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan.

Sampai saat ini meme telah menjadi sarana ekspresi politik yang populer (Shifman, 2014). Hadirnya fenomena internet meme Among Us #DPRImpostor telah menjadi bagian baru suara demokrasi rakyat Indonesia. Masyarakat Indonesia cenderung kreatif untuk mengaitkan suatu peristiwa dengan sesuatu hal yang sedang populer lalu mengolahnya menjadi bentuk meme politik. Unjuk rasa mengkritisi Dewan Perwakilan Rakyat yang mengesahkan UU Cipta Kerja secara terbuka lewat media sosial seolah membuktikan bahwa semakin hari warganet kian terbuka pemikirannya mengenai masalah isu politik. Tindakan warganet berpartisipasi aktif menyalurkan kritik lewat suatu budaya populer meme juga menimbulkan dampak meningkatnya kepedulian masyarakat Indonesia untuk berdemokrasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengkaji makna dari meme politik Among Us lewat teori semiotika Charles Peirce sekaligus melihat pengaruh meme tersebut bagi masyarakat, khususnya yang berkenaan dengan situasi politik.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka Penulis memutuskan untuk melakukan penelitian **Analisis Meme Politik Among Us #DPRImpostor**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus membahas mengenai analisis konten, untuk mendalami fokus penelitian tersebut maka peneliti akan mempelajari mengenai:

1. Bagaimana isi konten meme #DPRImpostor yang disebarluaskan pada media sosial Twitter?
2. Bagaimana potensi makna yang tercipta setelah isu politik Omnibus Law disampaikan terkait konten gim daring Among Us menggunakan penggunaan tanda, objek, dan interpretan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna mengetahui penggambaran kritik DPR RI melalui meme politik Among Us #DPRImpostor yang tersebar di jejaring media sosial Twitter. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana kaitan sebuah isu politik dapat diperbincangkan melalui konten gim daring kedalam meme politik.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini, penulis menjabarkan manfaat penelitian ke dalam dua aspek penting yaitu:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya serta dapat melengkapi kajian keilmuan dalam bidang komunikasi digital khususnya perkembangan meme di Indonesia.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian diharapkan dapat berkontribusi memberikan pemahaman terhadap masyarakat Indonesia untuk memahami sebuah makna yang disampaikan pada suatu meme, selain itu juga diharapkan dapat memberikan pemahaman untuk menggunakan media sosial Twitter dengan bijak.

### 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

| No | Tahapan Kegiatan   | Periode Tahun 2020 – 2021 |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |
|----|--|---------------------------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
|    |  | Oktober                   |   |   |   | November |   |   |   | Desember |   |   |   | Januari |   |   |   | Februari |   |   |   |
|    |  | 1                         | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Mencari topik dan menentukan tema pilihan                                  | ■                         | ■ | ■ | ■ |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |
| 2  | Pencarian data awal, observasi awal, penyusunan proposal skripsi (bab 1-3) |                           |   |   |   | ■        | ■ | ■ | ■ | ■        | ■ | ■ | ■ | ■       | ■ | ■ | ■ |          |   |   |   |
| 3  | Pendaftaran Desk Evaluation  |                           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   | ■        | ■ |   |   |
|    |  | Maret                     |   |   |   | April    |   |   |   | Mei      |   |   |   | Juni    |   |   |   | Juli     |   |   |   |
|    |  | 1                         | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| 4  | Penyusunan BAB IV, dan BAB V   | ■                         | ■ | ■ | ■ | ■        | ■ | ■ | ■ | ■        | ■ | ■ | ■ | ■       | ■ | ■ | ■ |          |   |   |   |
| 5  | Pengajuan Sidang Tingkat Akhir   |                           |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          | ■ | ■ | ■ |

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

Sumber: Olahan data peneliti (2021)