

MEME POLITIK SEBAGAI REPRESENTASI KOMUNIKASI KRITIS DI MEDIA SOSIAL

Adnan Suryana Putra, Muhamad Rizka Aditriyana, Novia Sri Widya dan Zikri Fachrul Nurhadi

Universitas Garut, Garut, Indonesia

Email: 24071120104@fikom.uniga.ac.id

Abstract

Towards the 2024 election, supporters and critics of the presidential candidates have emerged, with critics using social media as a tool to communicate their criticism to the candidates through political memes as a form of their critical efforts. This research aims to examine the role of political memes as representations of critical communication on Facebook, targeting the presidential candidates in 2024. This study employs a qualitative method, adopting Charles Sanders Peirce's semiotic theory. The research selects political memes that highlight the 2024 presidential candidates on Facebook. Data collection techniques used include observation, interviews, and literature review. The collected meme data will be analyzed using Peirce's semiotic approach to understand how the images and texts in the memes contribute to constructing criticism towards the presidential candidates. The results of this research demonstrate that political memes serve as effective communication tools for expressing political criticism. The context conveyed by memes does not always represent the character of the criticized candidates, but they are capable of directing attention to the issues deemed important by the meme creators. The use of images and texts in the construction of criticism in memes plays a significant role in shaping the interpretation by the audience. This interpretation is also influenced by the audience's knowledge of the presented meme context.

Keyword: Memes, Political Memes, Critical Communication, Social Media

Abstrak

Menuju pemilu 2024 bermunculan simpatisan dan kritikus dari kandidat calon presiden, kritikus ini menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengkomunikasikan kritiknya kepada kandidat calon presiden dengan meme politik sebagai bentuk dari usaha kritik mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran meme politik sebagai representasi komunikasi kritis di media sosial Facebook yang menyinggung calon presiden pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengadopsi teori semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini memilih sampel meme politik yang menyoroti calon presiden 2024 di media sosial Facebook. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Data meme tersebut akan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Peirce untuk memahami bagaimana gambar dan teks dalam meme tersebut berkontribusi dalam mengonstruksi kritik terhadap calon presiden. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa meme politik berperan sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan kritik politik. Konteks yang dibawakan oleh meme tidak selalu merepresentasikan karakter calon kandidat yang dikritik, namun mampu mengarahkan perhatian pada isu-isu yang dianggap penting oleh pembuat meme. Penggunaan gambar dan teks dalam konstruksi kritik pada meme memainkan peran penting dalam membentuk pemaknaan oleh audiens. Pemaknaan tersebut juga dipengaruhi oleh pengetahuan audiens terhadap konteks meme yang dibawakan.

Kata Kunci: Meme, Meme Politik, Komunikasi Kritis, Media Sosial

Diserahkan: 20-08-2023;

Diterima: 05-09-2023;

Diterbitkan: 20-09-2023

PENDAHULUAN

Di era teknologi dan informasi yang terus maju seperti saat ini, internet telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari keseharian masyarakat Indonesia. Sebagai hasil dari globalisasi, internet kini telah menjadi sarana yang digunakan untuk mempermudah aktivitas manusia, khususnya dalam hal pencarian informasi dan berkomunikasi (Azman, 2018). Karakter dari media sosial yang memiliki sifat semu seringkali memunculkan fenomena yang begitu populer di kalangan pengguna media sosial serta masyarakat luas. Beberapa fenomena yang timbul dari media sosial ialah ngabers, swafoto, trending hashtag, dan meme. Setiap media sosial mempunyai fenomena yang begitu berbeda tergantung pada cara penyebaran informasi oleh penggunanya. Fenomena yang sedang populer saat ini di golongan pemakai media sosial di Indonesia adalah meme. Fenomena ini hadir dan bertambah di berbagai lini media sosial seperti Twitter, Facebook, Path, dan lain-lain (Nugraha, Sudrajat, & Putri, 2020).

Seiring berkembangnya media sosial yang pesat, munculah bentuk-bentuk baru dari penggunaan media sosial tersebut. Salah satunya adalah penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan dan kritik lewat sebuah perpaduan gambar dengan tulisan atau sering disebut dengan istilah Meme. Penggunaan Meme di media sosial banyak dilakukan oleh kelompok tertentu dalam membahas suatu realitas yang sedang hangat dibicarakan, mereka mengemas pesan-pesan tersebut kedalam sebuah bentuk gambar yang terkesan nyeleneh serta dapat menggiring opini.

Saat ini terdapat berbagai komunitas di Facebook, komunitas tersebut dihimpun dan diwadahi melalui sebuah Grup yang kemudian diisi oleh sekelompok orang yang memiliki minat atau latar belakang yang sama. Beberapa komunitas di Facebook diantaranya adalah komunitas Meme atau Shitposting. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan banyak sekali bermunculan unggahan meme bermuatan politik terutama yang menyinggung soal kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden. Topik mengenai isu-isu, rumor, kritik, dan opini publik dituangkan melalui unggahan meme politik tersebut. Tak jarang unggahan meme politik seperti ini menuai berbagai komentar dari pengguna media sosial lainnya. Berdasarkan kondisi real tentang masalah penelitian, Peneliti melihat adanya unggahan meme politik ini karena masyarakat ingin menyampaikan pendapat dan penilaiannya terhadap kandidat calon Presiden dan Wakil

Presiden, pengunggah meme ingin memberitahukan kepada khalayak bahwa calon A ataupun calon B memiliki kelebihan atau kekurangan berdasarkan pandangan mereka sendiri terhadap kandidat calon tersebut, seringkali meme politik ini digunakan sebagai alat untuk menggiring opini. Terlebih lagi kurangnya kemampuan literasi media menjadikan orang yang melihat unggahan meme politik akan mudah tersulut emosi tanpa melihat fakta sebenarnya.

Penelitian tentang meme politik menjelang Pemilihan Presiden 2024 ini diperkuat dengan adanya data empirik di lapangan seperti munculnya akun, halaman, dan grup facebook yang secara khusus mengunggah meme politik, data tersebut didapatkan setelah peneliti melakukan observasi dengan menelusuri akun-akun, halaman dan grup facebook yang secara eksplisit menyebutkan “Meme Politik” atau hal serupa dalam nama akun, halaman atau grup mereka.

Penelitian yang dilakukan tentang Meme Politik Sebagai Representasi Komunikasi Kritis di Media Sosial ini relevan dengan penelitian terdahulu yang berjudul Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial “Path” sebagai Media Kritik di era siber” yang ditulis oleh Rosa Redia Pusanti dan Pusanto. Penelitian terdahulu tersebut membahas tentang bagaimana Meme digunakan untuk menyematkan pesan-pesan kritikan kepada peristiwa-peristiwa politik yang terjadi di tahun 2014 lewat penggunaan tanda, ikon dan symbol. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teori semiotika Charles Peirce (Redia & Haryanto, 2015).

Penelitian yang akan dilakukan juga relevan dengan penelitian terdahulu yang berjudul “MEME Sebagai Sebuah Pesan dan Bentuk Hiperrealitas di Media Sosial” yang ditulis oleh Rahmi Surya Dewi, penelitian tersebut menggunakan paradigma kritis, konstruktivis dan dengan metode studi literature. Objek dari penelitian tersebut adalah meme politik yang beredar hampir mendekati pemilihan gubernur DKI Jakarta pada tahun 2017. Pada penelitian tersebut masalah yang diteliti adalah bagaimana meme membahas realitas yang dirasakan masyarakat tentang bagaimana gambaran dari para calon gubernur serta apa saja dinamika peristiwa politik yang menyertainya diungkap melalui sebuah unggahan meme di media sosial. Hasil dari penelitian tersebut adalah kesimpulan berupa statement yaitu meme yang beredar digunakan sebagai tipuan symbol untuk membangun citra tertentu bagi masing-masing calon (Dewi, 2017).

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu yakni, dalam Penelitian terdahulu dilakukan dengan mengambil objek media sosial Path dan dilakukan pada tahun 2014, adanya rentang waktu yang cukup jauh serta perbedaan tren media sosial mendorong peneliti untuk meneliti meme politik sebagai alat kritik. Selain itu, perbedaan platform media sosial juga diyakini dapat menghadirkan perbedaan karakteristik pengguna yang nantinya menghasilkan kesimpulan yang baru.

Penelitian yang akan dilakukan mengambil objek media sosial facebook dan penelitian dilakukan pada tahun 2023 yang dimana peneliti menilai akan banyak sekali perbedaan karena adanya rentang waktu yang terpaut jauh. Perbedaan platform serta rentang waktu yang jauh tersebut akan menimbulkan perbedaan bentuk meme politik

yang ditampilkan. Maka dengan hal tersebut peneliti tertarik untuk membahas penelitian berjudul Meme Politik Sebagai Representasi Komunikasi Kritis di Media Sosial.

Beralaskan dari latar belakang tersebut, perumusan masalah dari penelitian ini ialah mengungkap bagaimana meme politik mengkomunikasikan kritikan lewat penggunaan tanda, indeks dan simbol. Tujuan penulis dari penelitian ini ialah menjawab rumusan masalah, yaitu mengetahui pengungkapan kritik lewat tanda ikon, indeks, dan simbol dalam meme politik yang diunggah dalam media sosial facebook menjelang tahun politik 2024.

Sebutan meme dikenalkan oleh Richard Dawkins seseorang pakar biologi, lewat bukunya *The Selfish Gene* pada tahun 1976. Kata meme berasal dari bahasa Yunani "mimeme" (suatu yang menyamai/ menirukan), serta terdengar seragam dengan gen (gene). Dawkins mengenakan sebutan ini untuk mendeskripsikan lahirnya budaya dengan asumsi jika budaya merupakan bentuk dari banyaknya replikator (Dewi, 2017). Hipotesisnya ialah manusia sepatutnya memandang lahirnya budaya yaitu berasal dari banyaknya bentukan replikator, yang biasanya meniru lewat ikatan dengan manusia, yang sudah berevolusi selaku peniru (meski tidak sempurna) mengcopy data ataupun sikap yang efektif (Haig, 2020). Meme sebagai budaya di internet menggambarkan sebuah proses di mana ide ditiru (diimitasi), disebarkan, dan diperantarakan oleh individu ke individu lainnya lewat interaksi atau percakapan, baik melalui media analog maupun media digital (Bulow & Johann, 2023). Meme internet ada dalam bentuk gabungan antara gambar, foto, slide dan teks yang diperlihatkan guna merespon salah satu isu yang sedang dibicarakan dalam diskusi sosial.

Meme internet sering dibagikan bersamaan dengan pesan-pesan lain yang berkaitan dengan topik atau cerita yang sedang hangat di masyarakat, dan dibahas oleh pengguna media sosial dalam percakapan mereka. Selama interaksi di media sosial, meme selalu hadir dalam berbagai muatan pesan, termasuk muatan politik seperti meme yang berkaitan dengan Pemilu 2024 yang akan datang. Meme merupakan hasil karya dari netizen yang digunakan untuk memberikan pandangan atau komentar pada suatu kejadian, dengan mengikuti sebuah format tertentu dari gambar-gambar online yang populer (Dewi, 2019). Dalam perkembangannya, konsep "meme" tidak hanya terbatas pada gambar diam, tetapi lebih umum merujuk pada istilah yang digunakan di dunia maya untuk menggambarkan gambar-gambar yang telah diubah dari penggalan-penggalan video atau foto yang menyebar luas melalui internet.

Secara spesifik peneliti memilih meme politik sebagai objek penelitian, Meme politik ialah meme yang berisi pesan politik atau opini tentang isu-isu politik dan biasanya dibagikan melalui media sosial atau platform internet lainnya (Fatanti & Prabawangi, 2021). Meme politik dapat digunakan untuk menyebarkan pesan politik atau mengkritik pihak politik tertentu. Meme politik sering digunakan dalam kampanye politik, baik oleh partai politik maupun oleh individu yang ingin menyampaikan pesan politik mereka. Dalam beberapa kasus, meme politik juga dapat menjadi sarana untuk memobilisasi dukungan dan aksi politik. Meme politik telah menjadi bagian penting dari kampanye politik modern dan memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini publik.

Dalam jurnal yang berjudul "Semiotika Komunikasi dalam Perspektif Charles Sanders Peirce" yang ditulis oleh Firdaus Azwar Ersyad, disebutkan bahwa semiotik bermula dari studi klasik juga skolastik mengenai seni logika, retorika, serta poetika. Secara etimologi, Asal usul kata "semiotik" berasal dari bahasa Yunani, di mana "semeion" merujuk pada "tanda", atau "seme" yang merujuk pada "penafsir tanda". Kata "semeion" kemungkinan merupakan turunan dari praktik kedokteran Hipokratik atau Asklepiadik yang menitikberatkan pada simtomatologi dan diagnosis inferensial. Pada bahasa Inggris, disebut sebagai "semiotics." Menurut Puji Santosa, Semiotik merupakan disiplin ilmu yang mempelajari mengenai tanda-tanda dan makna yang terkandung dalamnya (Ersyad, 2022).

Tanda diartikan sebagai suatu hal yang dapat mewakili sesuatu yang lain berdasarkan konvensi sosial yang telah disepakati sebelumnya. Charles Sanders Peirce, seorang filsuf Amerika, adalah orang pertama yang menggunakan istilah semiotik. Dia mengaitkan semiotik dengan logika dan mengembangkannya dalam hubungannya dengan filosofi pragmatisme. Dalam bukunya yang berjudul "How to Make Our Ideas Clear", Peirce menjelaskan semiotik sebagai "doktrin formal mengenai tanda-tanda."

Konsep semiotika pertama kali dipopulerkan oleh Ferdinand de Saussure dengan konsep sistem tanda, yaitu signified dan signifier. Tanda terdiri dari bentuk penanda atau signifier yang memiliki hubungan asosiasi atau in absentia dengan ide atau petanda atau signified. Penanda merupakan aspek material bahasa seperti bunyi atau coretan, sedangkan petanda merupakan aspek mental bahasa seperti pikiran atau konsep. Semiotika kemudian berkembang menjadi dua klasifikasi inti, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (Erlangga, 2021).

Ada dua tokoh yang dianggap sebagai peletak dasar semiotik, yaitu Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure. Saussure, yang dikenal sebagai bapak ilmu bahasa modern, menggunakan sebutan semiologi, sementara Peirce, yang dianggap sebagai bapak semiotik, menggunakan istilah semiotik. Meskipun berasal dari dua benua yang berjauhan, Amerika dan Eropa, dan tidak saling mengenal, kedua tokoh ini mengemukakan teori yang pada prinsipnya sama, yaitu tentang studi tanda dan makna (Ersyad, 2022).

Teori Charles Sanders Peirce dianggap sebagai teori utama dalam studi semiotika, yang memberikan gambaran menyeluruh tentang struktur dari segala sistem tanda. Peirce berusaha untuk mengidentifikasi elemen dasar dari tanda dan mengintegrasikan semua komponen ke dalam satu struktur tunggal. Peirce menyatakan bahwa tanda dan cara menggunakannya saling berkaitan dalam aktivitas yang bersifat representatif di dalam kehidupan manusia. Tanda sendiri dapat diartikan sebagai sesuatu yang tampak, merujuk pada sesuatu lainnya, memiliki kemampuan mewakili relasi antara tanda dan penerima tanda secara representatif, dan mengarah pada interpretasi.

Dalam bahasa Inggris, representasi berasal dari kata representation yang memiliki makna sebagai pemampatan, deskripsi, atau penggambaran. Representasi adalah suatu proses untuk mengabadikan ide, pengetahuan, atau pesan ke dalam bentuk fisik. Secara

sederhana, representasi dapat dijelaskan sebagai gambaran tentang sesuatu yang ada dalam kehidupan yang dinyatakan melalui media tertentu (Redia & Haryanto, 2015).

Representasi menggunakan tanda dan simbol untuk menghubungkan, menggambarkan, meniru, atau mencerminkan sesuatu yang dapat dipahami atau dibayangkan dalam bentuk fisik. Oleh karena itu, dalam konteks kritik, yang merupakan bentuk abstrak, perlu diterjemahkan ke dalam bentuk fisik melalui penggunaan tanda dan simbol tertentu. Dengan demikian, representasi kritik merupakan pesan kritis yang dijelaskan dalam bentuk media fisik, salah satunya adalah dengan menggunakan gambar (Redia & Haryanto, 2015).

Meme politik juga menjadi bentuk lain dari praktik jurnalisme warga, meskipun pada pengaplikasiannya meme politik tidak benar-benar menyampaikan suatu informasi atau kebenaran suatu peristiwa, namun meme politik juga hadir dilatarbelakangi oleh adanya peristiwa politik tertentu yang mengundang pengguna internet untuk mengomentari hal tersebut lewat unggahan meme politik. Salah satu kebebasan dasar manusia dalam diskursus hak asasi manusia adalah kebebasan berpendapat dan berekspresi (Hermanto, 2022). Adanya meme politik juga menjadi bukti terjaminnya kebebasan berpendapat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan Kualitatif Deskriptif. Metode ini dinamakan metode postpositivistik, metode ini juga dikenal sebagai metode artistik karena proses penelitiannya lebih mengandalkan kreativitas dan kurang terstruktur, serta disebut juga metode interpretatif karena lebih fokus pada interpretasi data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2019). Metode analisis semiotik digunakan untuk menganalisis dan memberikan makna pada lambang-lambang dalam sebuah pesan atau teks. Pendekatan semiotik bersifat interpretatif kualitatif, sehingga teknik analisisnya secara umum menggunakan narasi deskriptif sebagai alur yang kemudian diinterpretasi dan disimpulkan setelah dianalisis (Redia & Haryanto, 2015).

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan diantaranya; observasi (mengamati dan memahami unggahan meme di sosial media facebook terkait pemilu 2024), wawancara (informan penelitian dipilih secara purposive sampling), dokumentasi dan studi kepustakaan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini antara lain; 1) reduksi data, 2) koding data, 3) penyajian data, dan 4) penarikan kesimpulan. Berikut data informan dan narasumber dalam penelitian ini.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No.	Nama	Keterkaitan dengan Penelitian
1.	Rizal Sujana	Audiens Postingan Meme Politik
2.	Balkun II	Audiens/Kreator Meme Politik
3.	Risma	Audiens Postingan Meme Politik
4.	Raden Purwa Burhanudin	Aktivis Mahasiswa

Sumber : Hasil Wawancara Peneliti, 2023

Tabel 2. Data Narasumber Penelitian

No.	Nama	Pekerjaan
1.	Yandi Hermawandi, S. Sos., M. Si	Dosen Pengampu mata kuliah Komunikasi Politik, Pengamat Politik.
2.	Hj.Aay Syarif Hidayat	Ketua Badan Pemenangan Pemilu Partai NasDem Kabupaten Garut

Sumber : Hasil Wawancara Peneliti, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Kritik dalam Meme Politik menjelang Pemilu 2024

Penggunaan meme politik dalam merepresentasikan suatu pesan kritik kepada kandidat calon dapat dilihat melalui sajian konten Meme pada Gambar 1. dan 2. yang dianalisis menggunakan metode semiotika trilogi Charles sanders pierce yakni tanda, indeks dan simbol.



(Gambar 1. Meme Politik Calon Kandidat)

Sumber: Facebook Debat Capres



(Gambar 2. Meme Politik Sindiran untuk Anies)

Sumber: Facebook Debat Capres

Berdasarkan hasil wawancara serta interpretasi peneliti terhadap objek amatan maka hasil penelitian sebagai berikut:

A. Tanda

Sajian meme politik terkait Pemilu 2024 ditinjau dari penggunaan gambar di dalamnya, dalam meme politik digunakan gambar-gambar yang sengaja pemilihan gambarnya menggunakan gambar yang nyeleneh, berbau humor dan satire. Penggunaan gambar seperti ini dinilai efektif untuk menyampaikan pesan kritik karena audiens dapat dengan mudah melakukan pemaknaan Ketika mereka melihat meme politik tersebut dengan melihat gambarnya saja (Septiyani & Rusdiana, 2023). Hal ini divalidasi juga dengan pendapat dari informan 1 dan informan 2 selaku Audiens Meme Politik:

“Sajian gambar pada meme dapat menjadikan pesan yang tersirat dapat dipahami secara efektif. Kalau dilihat dari gambarnya ya meme itu selalu nyeleneh, pasti gambar yang digunakan itu ada unsur yang bisa saja menyinggung pihak tertentu”

Gambar yang digunakan dapat merepresentasikan suatu bentuk kritik pada pihak politik tertentu, Penggunaan gambar yang nyeleneh yang menunjukkan ekspresi tertawa, marah, tegang dan ekspresi yang kentara tersebut sengaja digunakan agar mendukung pesan kritik yang ingin disampaikan, Pada Gambar 1. penggunaan gambar Ganjar Pranowo yang disandingkan dengan gambar Presiden Jokowi yang ekspresif mengandung kritik bahwa Ganjar dan Jokowi ini dianggap “bersekongkol” dalam terjadinya krisis stok beras di Jawa Tengah. Selain itu gambar disebelahnya menunjukkan bahwa Anies Baswedan dianggap sebagai pemimpin bagi golongan radikal, ini juga diperkuat dengan penggunaan gambar Anies yang menggunakan pakaian berpeci dan dibawahnya terdapat gambar tokoh islam yang dianggap pro golongan. Pada Gambar 2. digunakan gambar Sandiaga Uno dengan ekspresi serius dan terkesan marah, pesan kritik yang ingin disampaikan juga tergambar jelas dengan adanya tambahan tulisan yang menyatakan bahwa seolah-olah Sandiaga ini marah kepada Anies karena telah berhutang. Hal ini divalidasi oleh pendapat dari informan 2 yang menyatakan:

“Ya jelas, tadi saya jelaskan kalo itu tuh gambarnya dipilih yang kaya gitu, pasti yang ngebuat meme itu pengen menyampaikan suatu kritikan, kritiknya itu menyatakan bahwa anies itu dianggap calon yang punya utang, itu kan bisa aja aib yang pengen diumbar,”

Pendapat tersebut juga diperkuat oleh pendapat dari informan 3 selaku Kreator Meme dan informan 4 selaku Aktivis Mahasiswa yang menyatakan bahwa:

“Sudah pasti, tapi itu kembali lagi ke orang yang melihat meme tersebut. Tapi yang jelas Meme yang dibuat itu akan memuat kritik kepada salah satu pihak, tinggal bagaimana orang-orang memaknai meme tersebut seperti apa”

Penggunaan gambar pada meme politik mewakili salah satu aspek dari trilogi semiotik pierce yaitu tanda. Gambar yang ada pada meme politik memiliki suatu pesan kritik yang dapat dimaknai oleh audiensnya, gambar ini juga menjadi komponen kritik penting karena dengan melihat gambarnya, audiens dapat menyimpulkan kepada siapa kritik akan ditunjukkan. Secara pragmatis gambar dalam meme politik juga mengandung

unsur informatif yang dimana meme politik dapat mengubah pandangan serta penilaian audiens pada calon kandidat tanpa kandidat tersebut harus melakukan *negatif campaign* pada kandidat lain yang menjadi kompetitornya (Rozan, Haryadi Mujianto, MM, M Si Hermawandi, & Sos, n.d.).

B. Indeks

Meme politik terkait Pemilu 2024 khususnya yang menyinggung kandidat calon presiden dan wakil presiden dapat merepresentasikan karakter dari kandidat calon, Meme Politik dalam penggunaannya ditunjukkan untuk mengkritik atau menyindir salah satu pihak kandidat politik, meme tersebut dibuat oleh pihak pendukung atau simpatisan untuk menjatuhkan kompetitor politiknya. Pesan-pesan kritik yang dibangun lewat meme politik ini kadang terkesan hiperbola, kritik yang disampaikan lewat meme politik secara praktis dapat mengubah persepsi audiens Ketika melihat meme tersebut, hal ini berkaitan dengan usaha untuk menjatuhkan reputasi dan membangun branding yang buruk pada pihak yang dikritik (Rozan et al., n.d.).

Jika mengacu pada Gambar 1. kritik kepada Ganjar menggambarkan bahwa seolah-olah Ganjar ini adalah gubernur yang tidak bisa bekerja dengan baik hingga terjadi krisis stok beras di Jawa Tengah. Sementara itu pada gambar berikutnya Anies digambarkan sebagai pemimpin pro golongan tertentu saja. Hal seperti ini merupakan usaha menyerang secara personal kepada calon kandidat dengan usaha menjatuhkan karakternya.

Berdasarkan jawaban dari informan 1 dan informan 2, dalam konteks fungsinya selain dalam rangka menyampaikan kritik, meme politik juga digunakan untuk menggiring opini publik:

“Menurut saya tidak selalu, karena meme dapat dibuat oleh siapa saja dengan tujuan baik dan buruk. Meme sekarang bisa saja dijadikan sebagai senjata untuk menjatuhkan lawan atau dijadikan strategi sebagai alat untuk menarik perhatian. Yang kaya gitu itu bisa menggiring opini”

Meme politik terkait dengan Pemilu 2024 khususnya yang membahas kandidat calon presiden dan wakil presiden, meme tersebut dapat mewakili keadaan/kondisi real tentang peristiwa politik terkait. Meme politik muncul dan dibuat oleh rakyat dalam usahanya untuk menguak kejadian atau peristiwa politik tertentu. Dalam praktiknya, pihak yang membuat meme tidak begitu saja membuat kritik lewat meme tanpa melihat latar belakang peristiwa yang dapat mereka jadikan modal untuk memperkuat kritik yang ingin mereka sampaikan (Rozan et al., n.d.). Mereka terlebih dahulu melihat peristiwa politik yang sedang menjadi perhatian banyak orang, sehingga ada suatu hal yang ingin mereka angkat dari peristiwa politik tersebut kedalam bentuk meme. Di jaman teknologi saat ini informasi dapat diakses dengan cepat begitu juga dengan informasi tentang kandidat politik. Berita-berita buruk mengenai kandidat politik yang berseliweran di media sosial juga dijadikan materi bagi para kreator meme untuk membuat meme politik. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Informan 3 selaku kreator meme politik:

“Sebelum membuat meme tersebut saya juga melihat fakta serta isu yang ada di masyarakat. Jadi hal tersebutlah yang membuat saya ingin mengkritik dengan bentuk yang berbeda, ya dengan meme ini,”

Pendapat tersebut juga sejalan dengan apa yang dikatakan oleh informan 1 dan 2 selaku audiens meme politik serta diperkuat juga dengan pendapat dari informan 4, dalam konteks latar belakang dibuatnya meme politik mereka menilai meme tersebut adalah hasil dari peristiwa politik yang telah terjadi sebelumnya:

“Tidak menutup kemungkinan jika meme dibuat dikarenakan adanya suatu peristiwa politik yang perlu dikritisi. Biasanya disertai juga adanya trending kasus tertentu kaya di twitter sering dibicarakan,”

Meme politik muncul didasari dan dilatar belakangi oleh peristiwa politik yang berkembang di masyarakat. Muatan meme politik tersebut selanjutnya dapat dimaknai oleh audiens dan penilaian mereka terhadap muatan meme tersebut dipengaruhi juga oleh input yang mereka dapatkan dari mengonsumsi berita seputar politik. Pengetahuan audiens mengenai berita dan informasi politik dapat menentukan bagaimana mereka menginterpretasi makna dalam meme politik yang mereka lihat, hal ini berkaitan dengan indeks yang disampaikan lewat kritik meme politik atau objek denotatif lain pada meme politik tersebut. Meme politik juga kental dengan nuansa humor, dan hal ini juga menjadi salah satu ciri khas konten meme yang dimana kreator dari meme berusaha mengemas kritikan mereka lebih *“audiens friendly”* dengan menambahkan unsur *jokes* pada penggunaan gambar dan tulisan meme yang mereka buat dan mereka unggah di media sosial.

C. Simbol

Penggunaan bahasa pada meme politik terkait dengan Pemilu 2024, Pada meme politik sendiri penggunaan teks merupakan salah satu unsur penting dalam upaya penyampaian kritik. Teks atau tulisan pada meme politik termasuk kedalam objek yang menjadi bagian dari trilogi semiotika pierce. Teks atau tulisan ini biasanya ditambahkan untuk memperjelas pesan apa yang ingin disampaikan oleh kreator meme, dilihat dari penggunaan Bahasa dalam teks pada meme politik terdapat beberapa hal yang menjadi ciri khas. Pertama tulisan pada meme politik memiliki gaya penyampaian sindiran halus, pesan yang ditampilkan lewat tulisan ini biasanya bersifat tersirat dan mesti dimaknai terlebih dahulu oleh audiensnya.

Tidak jauh dengan penggunaan gambar pada meme politik, penggunaan tulisan juga memiliki kesamaan kesan yakni tulisan pada meme politik dibuat nyeleneh dan Sebagian bahkan terkesan kasar, langsung menyerang pihak politik tertentu. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh informan 3 selaku kreator meme:

“Meme itu identiknya dengan bahasa yang satir atau simpelnya nyindir. Ada yang bawaannya itu lucu, dan kadang ada juga yang kasar banget. Kadang ini tuh disinggung soal etika juga, tapi kalo menurut saya etika dalam meme itu gak wajib, meskipun sebaiknya dibawakan secara sopan,”

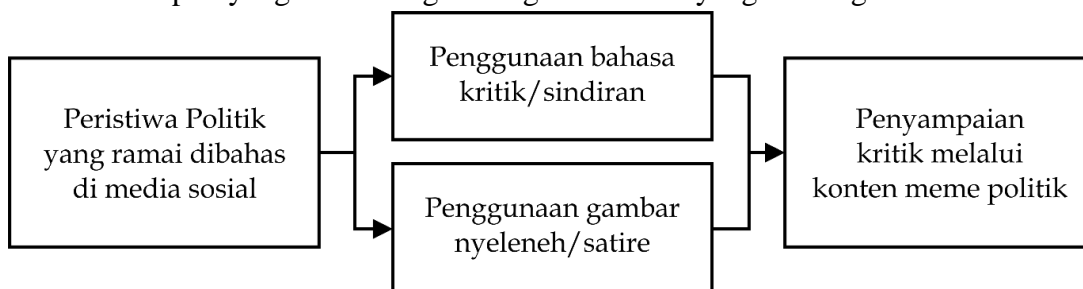
Meme politik juga tidak menggunakan Bahasa yang formal dan baku, Bahasa yang digunakan adalah Bahasa humor rakyat yang santai dan merupakan Bahasa komunikasi sehari-hari. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Informan 4 selaku Aktivis mahasiswa:

“Jangan terlalu berharap bahwa meme itu dibawakan dengan Bahasa baku dan Bahasa yang formal sesuai dengan KBBI. Justru meme itu tidak akan tersampaikan pesannya jika seperti itu”

Bahasa yang digunakan merepresentasikan suatu kritik, Meme Politik dibuat dengan motif yang berbeda-beda, namun dalam hal ini konteks meme politik yang paling sering ditemui adalah meme politik yang berusaha menyindir dan mengkritik calon kandidat.

Pada Gambar 1. dilihat dari tulisannya dapat diinterpretasikan bahwa meme tersebut ingin menjatuhkan reputasi Ganjar Pranowo dan Presiden Jokowi sekaligus, hal itu dapat dilihat dari Tulisan yang menyatakan “*Dusta kemakmuran apa yang digaungkan Joko dan Ganjar bila tiwul yang jadi makanan warga jateng?*”, pada kalimat tersebut tergambar sindiran yang ditujukan langsung pada tokoh politik yang disebutkan yakni Ganjar dan Jokowi, penggunaan kata “*Dusta*” merupakan bentuk ekspresif dari kreator meme dalam menggambarkan Ganjar dan Jokowi menurut dirinya sendiri. Pada gambar selanjutnya, penggunaan kata “*Kelompok Radikal*” merupakan upaya menggiring opini publik dan membranding Anies ini sebagai tokoh politik pro radikal. Hal seperti ini bisa masuk dalam usaha *negatif campaign* atau bahkan *black campaign* dalam konteks persaingan politik, namun hal seperti ini dianggap wajar karena termasuk kedalam dinamika politik menjelang pemilihan legislatif.

Penggunaan gambar dan tulisan dalam Meme Politik memiliki keterkaitan dan saling memberi makna satu sama lain. Pemilihan gambar yang nyeleneh digunakan agar kritik lebih bisa dirasakan oleh pemirsa yang melihat unggahan Meme Politik tersebut (Rozan et al., n.d.). Dengan kepopuleran penggunaan Meme sebagai alat komunikasi yang memuat unsur kritik dari tahun ke tahun yang meningkat serta melahirkan bentuk-bentuk sajian meme baru seperti halnya meme politik, maka Meme telah sukses menjadi sarana yang digunakan dalam menguak suatu kebobrokan pemerintah dan mengangkat isu-isu politik ke daratan. Dengan sajiannya yang menggelitik dan menghibur, menjadikan meme efektif dalam mengkomunikasikan kritik, Masyarakat yang menjumpai suatu unggahan meme politik di internet akan sangat mudah memahami pesan apa yang ingin disampaikan. Penggunaan gambar pada meme politik yang nyeleneh dan kasar juga mendukung efektifitas makna pada meme politik tersebut (Rozan et al., n.d.), penggunaan gambar “kasar” pada meme politik digunakan oleh pihak yang merasa tertindas atau kelompok yang bersebrangan dengan kandidat yang diusung.



(Bagan 1. Konstruksi Kritik dalam Meme Politik)

KESIMPULAN

Atas dasar hasil analisis peneliti di bab-bab sebelumnya, terdapat beberapa interpretasi yang dapat menjadi kesimpulan dari penelitian ini. Pada dasarnya meme politik tidak dibuat begitu saja oleh para kreatornya, meme politik dibuat atas dasar peristiwa politik yang menyita perhatian publik. Kejadian politik yang dianggap perlu dikritisi dijadikan bahan oleh para kreator meme sebagai bahan untuk konten dari meme politik yang mereka buat. Peristiwa politik ini selain menjadi dasar kreator meme dalam membuat meme politik, hal ini juga menjadi penguat dari kritik yang mereka sampaikan lewat meme politik.

Meme politik tidak selalu memuat kebenaran tentang karakter personal calon kandidat yang dikritik dalam sajian meme politik, kritik-kritik yang disampaikan melalui meme politik hanya menjadi bentuk lain dari opini subjektif para pembuat meme mengenai kandidat calon yang mereka kritik lewat meme yang mereka buat. Tak jarang meme juga digunakan sebagai alat untuk menggiring opini publik, menjadi salah satu alat dalam upaya negatif campaign untuk menjatuhkan kompetitor politik.

Sajian meme politik memuat unsur berupa gambar dan tulisan yang keduanya berperan penting dalam kontruksi makna kritik yang ingin disampaikan. Gambar, tulisan dan konteks dalam meme politik menjadi bagian dari aspek objek pemaknaan metode semiotika Charles Sanders Peirce yakni gambar masuk pada ranah interpretatif Tanda, konteks dan topik kritik termasuk kedalam ranah indeks yang menjadi objek utama dalam mendeskripsikan suatu kritik, serta Tulisan dan Bahasa rakyat pada meme politik masuk pada ranah interpretatif Simbol. Kombinasi dari ketiga unsur tersebut membangun suatu konteks pesan kritik yang dapat dimaknai oleh audiens meme politik, pemaknaan terhadap suatu sajian meme politik juga dipengaruhi oleh pengetahuan audiens mengenai konteks politik yang dibahas dalam sajian meme politik.

BIBLIOGRAFI

- Azman. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 88–100. <https://doi.org/DOI:>
<http://dx.doi.org/10.22373/jp.v1i1.2759>
- Bulow, Lars, & Johann, Michael. (2023). Effects and perception of multimodal recontextualization in political Internet memes. Evidence from two online experiments in Austria. *Frontiers in Communication*, 7, 1027014.
- Dewi, Rahmi Surya. (2017). MEME SEBAGAI SEBUAH PESAN DAN BENTUK HIPERREALITAS DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi-MediaKom*, 1(1).
- Dewi, Rahmi Surya. (2019). Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 1–16.
- Erlangga, Christopher Yudha. (2021). Konstruksi Nilai Romantisme Dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu " Melukis Senja "). *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 149–160.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i2.4091>
- Ersyad, Firdaus Azwar. (2022). *Semiotika Komunikasi dalam Perspektif Charles Sanders Pierce*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fatanti, Megasari Noer, & Prabawangi, Rani Prita. (2021). Meme Politik Dalam Ruang Wacana Komunikasi Politik Di Indonesia. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 4(2), 163–174. <https://doi.org/10.17933/diakom.v4i2.253>
- Haig, David. (2020). *From Darwin to Derrida: selfish genes, social selves, and the meanings of life*. Mit Press.
- Hermanto, Budi. (2022). MEDIA SOSIAL DAN MODAL SOSIAL : MEMBANGUN AKSI KOLEKTIF DI TENGAH PANDEMI COVID 19. *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 10(2), 140–153.
<https://doi.org/https://doi.org/10.335956/dk.v10i2.3107>
- Nugraha, Aditya, Sudrajat, Ratih Hasanah, & Putri, Berlian Primadani Satria. (2020). Fenomena Meme di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna Meme Sosial Media Instagram. *Jurnal Sosioteknologi ITB*, 17(101), 500.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Redia, Rosa, & Haryanto, Pusanti. (2015). Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial "Path" sebagai Media Kritik di Era Siber). *Jurnal Komunikasi Massa Ums*, 1–19.
- Rozan, Razhip Aulia Fachri, Haryadi Mujianto, S. E., MM, M Si Hermawandi, Yandi, & Sos, S. (n.d.). *ANALISIS DRAMATUGI KAMPANYE POLITIK CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI GARUT MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Septiyani, Natasya, & Rusdiana, Joni. (2023). *INTERAKTIVITAS AKUN TWITTER@ GERINDRA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK (Analisis Deskriptif Kualitatif)*. UIN Surakarta.
- Sugiyono, P. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.

First publication right:

Jurnal Syntax Fusion: Jurnal Nasional Indonesia

This article is licensed under:

