

JURNAL

ANALISIS SEMIOTIK MEME #SAVEHAJILULUNG DALAM SITUS 1CAK.COM

**(Studi Analisis Semiotik Tokoh Haji Lulung dalam Meme #savehajilulung
melalui Situs 1cak.com per Maret 2015)**



Oleh:
NUR FITRIANI

D0211074

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2016
commit to user

ANALISIS SEMIOTIK MEME #SAVEHAJILULUNG DALAM SITUS 1CAK.COM

(Studi Analisis Semiotik Tokoh Haji Lulung dalam Meme #savehajilulung
melalui Situs 1cak.com per Maret 2015)

Nur Fitriani

Sri Hastjarjo

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Since cover about Haji Lulung has conflict with Ahok at meeting about RAPBD have gone, internet user uses hashtag #savehajilulung. They are do this to make allusion to Haji Lulung, one of way is by internet memes. Due to memes goes viral with hashtag #savehajilulung that is to be something interest to explore. Memes which spread in social media have a unique characteristic how the figure of Haji Lulung when he illustrated as frightening person.

The goal of this study is to explore the meaning behind symbols at memes with hashtag #savehajilulung in site 1cak.com per March, 2015. There are 13 corpuses has determined based on determining by researcher and then will analyzed using semiotics approach.

Researcher use dyadic model by Ferdinand de Saussure to express signifier and signified. This study also presents intertextual to support presents and analysis to change intersubjectivity related about memes #savehajilulung.

Analysis about all corpuses using dyadic model of Sausuure conclude that: 1)the meaning convey in satire humor which interpreting trough all symbols; 2)signifier used to describes critical object about Haji Lulung; 3)Signified used to give meaning the context that relates critical object which is allusion toward Haji Lulung.

Keywords: *semiotics analysis, memes, #savehajilulung, Saussure, signifier, signified*

Pendahuluan

Geliat visual meme saat ini begitu banyak ditemui di dunia maya dan tersebar di sosial media. Sejumlah peristiwa dunia maupun di Indonesia sudah banyak yang dijadikan meme (baca:mim). Kehadiran meme sedikit banyak telah memberikan hiburan dengan lelucon yang menggelitik dan tak jarang menjadi suatu lelucon dengan nada satir. Sosial media, seperti Facebook, Twitter, Path, dan Instagram menjadi media yang paling gencar digunakan untuk menyebarkan meme.

Istilah meme pertama kali diperkenalkan oleh seorang ahli Biologi, Richard Dawkins untuk menggambarkan meme yang berarti meniru atau mimikiri. Menurut Online Oxford Dictionary internet meme diartikan sebagai sebuah gambar, video, potongan teks, dsb, berisikan humor yang terkadang bernada satir yang oleh masyarakat kemudian tiru dan disebarkan secara luas oleh pengguna internet (Online Oxford Dictionary, 2015).

Internet meme merupakan kombinasi antara gambar dan teks yang secara umum berunsurkan humor. Biasanya dalam sebuah gambar terdapat 2 teks, satu terletak di atas sebagai pernyataan dan lainnya berada di bawah sebagai (*punch line*) puncak kelucuannya. Tak jarang meme yang dibuat pun berdasarkan topik yang sedang tren atau sebaliknya dari sebuah meme biasa, kemudian meme tersebut menjadi sebuah *trending topic* di dunia maya akibat meme yang terus diulang-ulang. Masyarakat khususnya para pengguna internet membuat meme dengan bahasa vernakular mereka untuk memberi efek lucu dengan humor yang mudah dipahami.

Salah satu hal yang mendasari mengapa peneliti ingin meneliti mengenai meme adalah karena meme telah memiliki daya tarik sendiri untuk diteliti lebih jauh. Terlebih beberapa masyarakat menjadikan meme sebagai media yang memiliki fungsi tertentu, tidak hanya sebagai hiburan saja, misalnya sebagai media komunikasi, ekspresi, protes, ataupun sebagai media iklan.

Secara lebih khusus, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti meme yang ada di situs 1cak.com yang merupakan salah satu situs meme terpopuler di Indonesia. Meme yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah meme dengan

tagar #savehajilulung. Meme ini merupakan salah satu bentuk teks bergambar yang beberapa waktu lalu menjadi *trending topic* di sosial media karena sebuah pemberitaan media.

Munculnya meme dengan tagar #savehajilulung berawal dari cuplikan sebuah pemberitaan mengenai rapat mediasi di Kementrian Dalam Negeri pada 5 Maret 2015 lalu (Rusli & Linda, 2015). Mediasi tersebut berlangsung ricuh dengan perdebatan antara Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok dan Wakil Ketua DPRD DKI Jakarta dari PPP, Abraham Lunggana alias Haji Lulung.

Kejadian tersebut akhirnya memancing reaksi publik, terutama para netizen. Reaksi tersebut muncul dalam beberapa *tweet* yang dikicaukan di sosial media Twitter hingga pada akhirnya Haji Lulung menjadi *trending topic* di jagat dunia maya Indonesia termasuk juga dunia. Selain reaksi diwujudkan dalam beberapa “kicauan”, para netizen pun membuat beberapa meme yang berisikan kritikan ataupun sindiran terhadap Haji Lulung. Mereka menyampaikan pesan mereka dalam bentuk sindiran dan humor dengan berbagai karakter visual yang menggambarkan seperti apa sosok Haji Lulung. Penyampaian pesan melalui internet meme tentunya telah membuka ruang komunikasi yang masif serta memiliki kecenderungan respon yang cukup besar bagi siapa saja terlebih dengan adanya sosial media.

Munculnya meme-meme dengan topik #savehajilulung yang ramai dibicarakan di sosial media ini telah menjadi suatu fenomena komunikasi sehingga menarik perhatian peneliti karena meme tersebut cukup banyak dibuat terlebih setelah munculnya pemberitaan. Selain itu, melihat animo yang begitu besar terhadap pembuatan dan penyebaran meme #savehajilulung yang begitu viral ini rupanya telah mendapat sorotan dari berbagai media massa baik online maupun cetak. Dalam meme yang beredar di sosial media ini, meme #savehajilulung memiliki kekhasan bagaimana sosok Haji Lulung ketika dijadikan meme.

Terkait dengan penyampaian pesan melalui meme maka dengan alasan tersebut peneliti tertarik untuk *commit to user* meneliti seperti apakah pesan yang ingin

disampaikan melalui meme dengan tagar #savehajilulung yang akan dikaji melalui analisis semiotik untuk mengetahui makna yang terkandung dibalik simbol-simbol dalam meme. Dari latar belakang itulah peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut.

Rumusan Masalah

Apakah makna yang terkandung dalam simbol-simbol yang muncul pada meme #savehajilulung dalam situs 1cak.com periode Maret 2015?

Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang terkandung dalam simbol-simbol yang muncul pada meme #savehajilulung dalam situs 1cak.com periode Maret 2015.

Telaah Pustaka

A. Komunikasi

Komunikasi dalam bahasa Inggris disebut *communication*, berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 1986: 11). Salah satu aspek penting dalam berkomunikasi adalah adanya pesan. Pesan merupakan sesuatu yang dikirim oleh komunikator kepada komunikan.

Menurut John Fiske terdapat dua mazhab penting dalam studi komunikasi. Mazhab pertama menyatakan komunikasi sebagai *transmisi pesan* dan yang kedua komunikasi sebagai *produksi dan pertukaran makna* (Fiske, 2006:8-9)

Mazhab pertama melihat komunikasi adalah bagaimana pengirim dan penerima mengkontruksi pesan (*encode*) dan menerjemahkannya (*decode*) serta bagaimana transmitter menggunakan saluran dan media komunikasi (Fiske, 2006:8). Di sisi lain, mazhab kedua memandang

commit to user

komunikasi yang berkaitan dengan bagaimana pesan atau teks berinteraksi dengan orang-orang dalam rangka menghasilkan makna (Fiske, 2006:9).

Pada penelitian ini, peneliti mengikuti mazhab kedua mengenai komunikasi sebagai produksi makna yang dihasilkan oleh sebuah teks. Dengan demikian, penelitian ini lebih menekankan aspek komunikasi yakni aspek pesan yang terkandung makna di dalamnya. Mazhab kedua ini selanjutnya lebih dikenal sebagai studi semiotika.

B. Semiotika

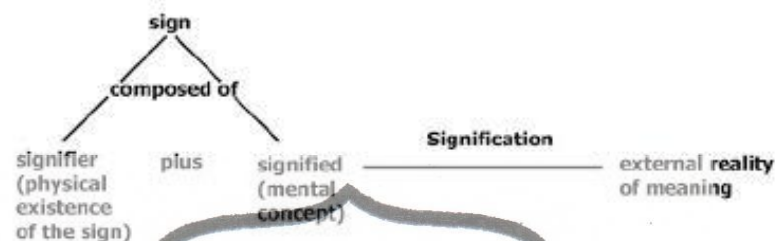
Memahami teori tanda merupakan hal yang mutlak diperlukan dalam menyusun pesan. Pesan sendiri memiliki kedudukan yang sangat penting dalam komunikasi. Pesan memiliki tiga unsur, yaitu 1) tanda dan simbol; 2) bahasa; dan 3) wacana (*discourse*) (Power, 1995, dalam Morrisan, 2013:32). Dalam pandangannya, tanda merupakan dasar dari komunikasi. Oleh karena tanda selalu mengacu pada sesuatu yang bukan pada dirinya, maka untuk menemukan makna dari suatu tanda diperoleh dari hubungan antara objek atau ide. Konsep studi mengenai tanda inilah yang kemudian disebut sebagai studi semiotika.

Secara etimologis, istilah *semiotic* berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda”. Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, dalam Sobur, 2009: 95).

Dua teori yang dikemukakan oleh Saussure dan Pierce merupakan dua pendekatan penting atas tanda-tanda. Namun dalam hal ini peneliti akan menggunakan teori Saussure mengenai *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Menurut pandangan Saussure, tanda-tanda disusun oleh dua elemen, yaitu aspek citra tentang bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan suatu konsep tempat citra bunyi itu disandarkan (Berger, 2010:13)

commit to user

Selanjutnya Saussure menggambarkan tanda yang terdiri atas *signifier* dan *signified* itu sebagai berikut.



Gambar : elemen-elemen makna Saussure.

Sumber: Alex Sobur (2009:125)

Untuk memahami bagaimana sebuah tanda itu bekerja, yang perlu dilakukan adalah dengan mencari makna dibalik tanda tersebut. Dalam pandangan Saussurean, makna adalah apa-apa yang ditandakan (petanda), yakni kandungan isi (Piliang, 2003:158). Sedangkan petanda merupakan acuan dari penanda yang selanjutnya mengacu pada *referensi* atau *realitas*. Pada dasarnya apa yang disebut sebagai petanda dan penanda merupakan produk kultural sehingga hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbiter (diada-adakan), sebab tidak ada keterkaitan logis melainkan adanya konvensi mengenai tanda tersebut.

Melalui semiotika Saussure, diharapkan makna yang terdapat di balik tanda-tanda dalam internet meme dapat terungkap melalui interpretasi terhadap *signifier* dan *signified* meme. Untuk itulah analisis meme yang terdiri dari elemen visual dan teks dilakukan berdasarkan dasar-dasar semiotika yang telah disebutkan sebelumnya.

C. Internet meme

Istilah internet meme merupakan istilah untuk menjelaskan penyebaran konten seperti lelucon, rumor, video, website dari satu orang ke *commit to user*

orang lainnya melalui internet (Shifman, 2013: 262). Namun demikian istilah meme pada awalnya bukan berasal dari bidang komunikasi.

Penggunaan istilah meme pertama kali diperkenalkan oleh seorang ahli biologi Richard Dawkins dalam bukunya yang berjudul *The Selfish Gene*. Ia mendefinisikan sebuah gen yang berevolusi dengan cara mereplika. Ia menganggap bahwa teori evolusi Darwin terlalu luas jika hanya dibatasi peranan *gene*. Dawkins lebih lanjut menjelaskan bahwa sebenarnya teori evolusi tidak hanya mencakup bidang biologi saja tetapi juga mengacu bidang lain seperti bidang sosial budaya yang ada pada masyarakat (Lull, 1998: xvi). Untuk membedakan pengertian tersebut Dawkins menyatakan istilah *gene* untuk peranan biologi, sedangkan *meme* untuk peranan pada sosial budaya yang sama-sama memiliki pengertian yakni peniru (*replicator*).

Istilah meme kemudian berkembang dalam era globalisasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan informasi melalui internet. Istilah internet meme pun muncul untuk menyatakan adanya perkembangan suatu unit kebudayaan dalam era *cyber* yang dikembangkan oleh para *netizen* (pengguna internet). Pada umumnya seorang yang menyebarkan meme, mereka tidak hanya menyebarkan, tetapi juga meniru, menambahkan, serta menyebarkan kembali konten tersebut.

Namun, sebagai bagian dari kebudayaan internet, pengguna mengadaptasi istilah *meme* sebagai bagian dari artefak online. Ada beberapa karakteristik yang digunakan dan membentuk atau mengidentifikasi internet meme. Salah satunya adalah *viral transmission* (Chandler, 2008:14). Dalam konsep online, gagasan atau ide tersebar secara viral sehingga konsep meme dianalogikan sebagai virus atau parasit yang mudah tersebar diantara pengguna.

Meski berisikan humor, terkadang meme dibuat dengan nada satir yang ditujukan pada seseorang atau institusi yang dikemas dalam bentuk

komedi dan biasanya mengkombinasikan humor dengan kritik sosial (Schutz:1997, Coletta:2009 dalam Plevitri, 2013: 11). Internet meme yang sering ditemui adalah dalam bentuk gambar dan teks. Gambar tersebut termasuk gambar makro yang terdiri dari gambar tunggal (biasanya berupa foto ataupun ilustrasi) yang diberi tulisan di atas dan di bawah yang bertujuan memberikan efek lucu.

Cara untuk menyampaikan pesan ataupun kritik saat ini semakin menarik. Meski bukan hal yang baru, namun internet meme rupanya telah menarik minat pengguna internet baru-baru ini untuk menghibur pengguna yang lain. Kritik ataupun pesan yang ingin disampaikan terasa ringan meski terkadang ungkapan satir di dalamnya merupakan fakta yang sebenarnya namun justru terlihat lucu dan menghibur.

Seperti halnya meme yang akan dibahas dalam penelitian ini, yang merupakan meme yang cukup viral serta mengandung kritik bagi objek meme. Salah satunya adalah meme dengan tagar #savehajilulung yang sempat menjadi *trending topic* di sosial media. Berbagai gambar dan teks yang merujuk pada sosok Haji Lulung ini menjadi bahan yang menarik diteliti untuk mengetahui makna dibalik tanda-tanda yang terdapat dalam meme #savehajilulung melalui situs 1cak.com.

D. Semiotika Sebagai Perangkat Analisis Internet Meme

Memahami internet meme sebagai sebuah pesan, maka untuk mengetahui makna dibalik pesan tersebut pertama-tama kita pahami bahwa meme merupakan sebuah teks. Teks sendiri merupakan produk budaya hasil pemikiran manusia. Untuk memahami teks tersebut diperlukan perangkat berupa semiotika atau semiologi. Roland Barthes menyebutkan bahwa semiologi adalah upaya mengungkapkan pesan apa yang tersirat di balik produk pikiran seseorang atau produk budaya (Purwasito, 2015: 334).

Menurut Marino (2015:46) internet meme dapat dipelajari sebagai "hiperteks". Faktanya bahwa teks sebenarnya dapat dimanipulasi dan

digunakan kembali (Marino, 2015:47). Sama halnya dengan internet meme yang dapat dimanipulasi dan dibuat kembali untuk disebarkan dengan tujuan untuk menyampaikan ide.

Penelitian internet meme melalui analisis semiotik Saussure belum banyak dilakukan, hal ini dapat membuka ruang baru bagi Saussurean untuk memahami semiotika dalam analisis internet meme. Menurut teori Saussure dalam setiap tanda terdapat *signifier* dan *signified*. Untuk menemukan makna dilakukan proses signifikasi yakni menghubungkan antara *signifier* dan *signified* dengan cara merujuk pada tanda-tanda yang telah disepakati bersama dalam masyarakat serta dilakukan interteks terkait tanda-tanda yang muncul dalam internet meme #savehajilulung per Maret 2015.

Metodologi

Adapun penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif interpretatif dengan menggunakan metode analisis semiotika. Subyek dari penelitian ini adalah meme #savehajilulung yang dikumpulkan dari situs 1cak.com per Maret 2015. Dari total 371 meme yang terkumpul hanya 13 meme yang dianalisis. Hal ini berdasarkan dengan teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yakni sampel yang ditentukan berdasarkan tujuan penelitian.

Selanjutnya dari ke 13 korpus yang ada dianalisis menggunakan analisis semiotik. Metode semiotika yang digunakan adalah metode Ferdinand de Saussure dengan model diadiknya yang mengungkapkan *signifier* dan *signified*. Model analisa Saussure dipilih untuk mengungkapkan makna di balik tanda berupa gambar dan teks di dalam meme. Dipilih sebagai metode penelitian ini karena semiotik memberikan ruang yang luas untuk melakukan interpretasi terhadap meme sehingga dapat menemukan makna yang tersembunyi.

Teknik analisis data ini menggunakan teknik sintagmatik, yakni pengkombinasian tanda yang menghasilkan makna. Selain itu analisis data dilakukan pada level semantik mengungkap makna diantara tanda-tanda. Dalam teknis analisis data peneliti juga melakukan intertekstual guna menggantikan

kesan subyektifitas penelitian. Teori intertekstual mengungkapkan bahwa pada dasarnya tanda-tanda mengacu kepada tanda-tanda yang lain—setiap teks mengacu kepada teks yang lain (Sobur, 2003: 86).

Sajian dan Analisis Data

A. Representasi Kritik Tokoh Haji Lulung dalam Meme #savehajilulung per Maret 2015

Representasi kritik yang disampaikan pada meme #savehajilulung per Maret 2015, tersaji dalam 13 korpus yang dianalisis melalui model *dyadic* Saussure, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).

Berbagai kritik meme yang ditujukan kepada Haji Lulung dikreasikan oleh para pengguna situs leak.com. Konten meme yang tersebar dalam meme #savehajilulung berkembang bersamaan dengan peristiwa hangat yang terjadi di masyarakat serta adanya reportase jurnalistik yang mengiringinya. Pesan yang disampaikan dalam bentuk meme cenderung dimodifikasi untuk menggiring isu hingga diikuti oleh banyak orang dan tersebar secara viral.

Dalam beberapa meme yang ada, hadir dengan bentuk parody dari peristiwa tertentu dan mengkontruksi tanda-tanda dalam meme. Representasi kritik dalam meme dianalisis menggunakan metode semiotika guna mengungkap makna dibalik tanda-tanda dalam meme. Dalam menganalisis keseluruhan korpus, terdapat dua aspek penting dalam setiap korpus, yakni adanya elemen visual dan elemen verbal (teks).

Tampilan elemen visual dan teks terdiri dari penanda dan petanda yang menghasilkan makna. Adapun untuk menghasilkan makna, peneliti melihat unsur-unsur tanda yang terdiri dari objek, konteks dan teks (Piliang, 2004). Objek merupakan gambar objek dalam meme. Gambar benda-benda di sekitar objek yang memberi konteks disebut sebagai konteks. Sedangkan teks merupakan tulisan atau teks yang memberikan keterangan tertulis yang memperkuat makna dalam meme. Salah satu contoh meme yang diteliti dalam penelitian ini seperti contoh berikut.

commit to user

Korpus 1



Korpus 1: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015



Korpus pertama ini menampilkan meme dengan teknik *photoshopping*, dimana kreator meme mentransformasi bentuk cuplikan film animasi Upin dan Ipin. Berdasarkan pengamatan pada korpus pertama menunjukkan penanda-penanda dari adegan film yang dijadikan parodi. Meme dengan hashtag #savehajilulung ini, sering kali dikaitkan dengan tokoh dalam film Upin dan Ipin. Lewat parodi dalam bentuk bentuk meme ini, saat adegan berteriak meminta tolong diganti dengan kata “Tulung”. Menurut peneliti terdapat upaya yang ingin disampaikan lewat sindiran untuk Haji Lulung, dimana Haji Lulung menjadi tokoh sentral dalam meme tersebut. Dalam meme tersebut terlihat bahwa gambar dari Haji Lulung yang sedang duduk dibuat berbeda dengan ketiga gambar yang lain.

Sindiran yang ingin diungkapkan adalah melalui kata “Tulung” yang seolah sedang memanggil Haji Lulung. Parodi ini dibuat seperti dalam seri komik

sehingga terdapat dialog dari masing-masing gambar. Pada gambar ketiga ini kemudian Haji Lulung merespon dengan kata “ADA APA?” yang didukung dengan ekspresi yang ditunjukkan pada wajah Haji Lulung yang menimbulkan kesan tenang namun menakutkan.

Kemudian pada gambar keempat menunjukkan bahwa terdapat perubahan ekspresi dari wajah Jarjit menjadi wajah Yao Ming. Ekspresi Yao Ming ini menunjukkan ekspresi yang bermakna “Bitch Please” atau tertawa yang menyindir atas respon yang salah. Namun ekspresi ini juga bermakna ketidakmenyesalan atas perbuatan yang telah dilakukan. Hal tersebut juga ditunjukkan oleh kalimat “SORRY PAK SALAH MANGGIL”.

Adapun keduabelas korpus lainnya adalah sebagai berikut;

 <p>Korpus 2: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>	 <p>Korpus 3: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>
--	---



Korpus 4: Meme #savehajilulung,
1cak.com, Maret 2015



Korpus 5: Meme #savehajilulung,
1cak.com, Maret 2015



Korpus 6: Meme #savehajilulung,
1cak.com, Maret 2015



Korpus 7: Meme #savehajilulung,
1cak.com, Maret 2015

<p>Korpus 8: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>	<p>Korpus 9: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>
<p>Korpus 10: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>	<p>Korpus 11: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>
<p>Korpus 12: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>	<p>Korpus 13: Meme #savehajilulung, 1cak.com, Maret 2015</p>

commit to user

Korpus ke 2, 4, dan 13 merupakan contoh meme yang menunjukkan kehebatan sosok Haji Lulung, yang membuatnya digambarkan sebagai sosok yang ditakuti oleh banyak orang. Namun demikian, hal inilah yang membuat kekhasan bagaimana sosok Haji Lulung digambarkan melalui teks yang begitu ditonjolkan. Seperti pada korpus ke 2 yang bertuliskan, “HAJI LULUNG LUPA PASSWORD FACEBOOK, MARKZUCKERBERG LANGSUNG DATENG KERUMAHNYA MINTA MAAF”. Korpus ke 4 bertuliskan “THAT MOMENT SAAT LU SADAR BAHWA HAJI LULUNG PERNAH MAMPIR KE SINI (*split rock apple*) BUAT MAIN BATU KERTAS GUNTING DAN BELIAU CUMA BAWA KERTAS. Serta korpus ke 13 yang bertuliskan ““POSTINGAN-POSTINGAN YG BOSAN AMA #SAVEHAJILULUNG, ITU MEREKA EMANG BOSAN” “ATAU ITU SEMUA AKAL-AKALAN HAJI LULUNG MEMBAYAR MEREKA SUPAYA HAJI LULUNG TAK DIBULLY LAGI DI 1CAK”.

Korpus 3, 5 dan 11 menunjukkan kritik terhadap sosok Haji Lulung yang pernah mengatakan bahwa hanya dengan meludah saja bisa menjadi uang. Pada ke dua korpus tersebut sama-sama mengilustrasikan ludah yang kemudian merubah sesuatu yang luar biasa, seperti uang, berlian, kendaraan dan rumah mewah. Kreator meme mencoba membuat meme tersebut dengan teknik *photoshopping* guna mendukung meme yang ditujukan untuk menyindir Haji Lulung.

Selain parodi dari film Upin dan Ipin, Haji Lulung juga diparodikan dalam beberapa film, permainan, siaran televisi, maupun iklan. Adapun parodi dalam bentuk film ditunjukkan pada korpus 6 dari film Star Wars: Episode V – *The Empire Strike Back*, korpus 8 dari cuplikan film dari FAST AND FURIOUS 5 dan korpus ke 13 dari film *Bill and Ted’s Excellent Adventure* atau lebih dikenal dengan Meme Keanu Conspiracy (MKC). Dari ketiga korpus tersebut hanya korpus ke 6 yang menggunakan teknik *photoshopping* dengan menampilkan wajah dari Haji Lulung.

Korpus 7 dan 10 merupakan parodi dari permainan berbasis Android, yakni permainan COC pada korpus 7 dan permainan Let’s Get Rich pada korpus

10. Keduanya menggunakan teknik *photoshopping* yang menggambarkan sosok Haji Lulung yang memiliki kekuasaan dan kemampuan yang tak terkalahkan. Pada parodi permainan COC sosok Haji Lulung memang tidak ditampilkan, namun tagar #savehajjilulung menjadi bentuk tipografi permainan tersebut yang menandakan bahwa Haji Lulung adalah orang yang berkuasa dalam permainan tersebut. Sedangkan pada parodi permainan Let's Get Rich, Haji Lulung ditampilkan sebagai karakter kartu dari permainan tersebut yang menyatakan bahwa ia merupakan sosok yang sakti dan tidak terkalahkan.

Korpus 9 menunjukkan parodi dari adegan sebuah pertandingan sepak bola antara Chelsea vs PSG. Dalam parodi menampilkan para pendukung dari PSG saat berada di tribun penonton. Salah satu penonton itulah yang kemudian dirubah dengan teknik *photosopping* menjadi wajah Haji Lulung. Korpus ini menggambarkan kehadiran sosok Haji Lulung yang ditakuti oleh lawan mainnya, atau dalam hal ini adalah Chelsea.

Korpus selanjutnya pada korpus 12 merupakan korpus yang memparodikan sebuah iklan rokok dimana pada bungkus rokok tersebut menampilkan sosok Haji Lulung sebagai suatu peringatan. Pada korpus ini menunjukkan sindiran kepada Haji Lulung yang ditempatkan dalam bentuk peringatan untuk menakuti para perokok. Dengan adanya gambar tersebut menunjukkan bahwa sosok Haji Lulung sebagai sosok yang menakutkan dan teks yang bertuliskan "MASIH BERANI MEROKOK" seperti suatu ancaman bagi para perokok untuk tidak merokok ketika melihat sosok Haji Lulung pada bungkus tersebut.

Namun demikian secara keseluruhan korpus yang dianalisa merupakan bentuk sinisme ataupun sindirian terhadap sosok Haji Lulung yang kesemuanya digambarkan secara hiperbolis. Secara umum hiperbola yang ditunjukkan adalah melalui teks dan beberapa teknik *photoshopping* yang mendukung gambaran bahwa Haji Lulung adalah orang yang hebat, meski sebenarnya ia bukanlah sosok yang perlu ditakuti.

B. Meme dan Budaya Kritik Netizen

Fenomena meme di Indonesia hadir dengan warna yang khas. Salah satunya adalah lelucon atau parodi dari sebuah peristiwa populer yang selipi sindiran atau olok-olokan. Meski olok-olok yang dibuat tidak mutlak untuk menyindir subjek dalam meme, namun meme bisa menjadi wadah untuk menjangkirbalikan logika mengenai pencitraan dalam meme mengenai realitas yang sebenarnya.

Potensi kritik mengenai Haji Lulung yang muncul sejak Maret 2015 dalam bentuk meme terkumpul dalam situs *leak* ini, menyuguhkan 13 korpus yang dianalisis untuk mewakili penggambaran tokoh Haji Lulung saat dijadikan meme dengan tagar #savehajilulung. Seluruh korpus dianalisis menggunakan analisis semiotik Saussure.

Haji Lulung seringkali direpresentasikan melalui pernyataan verbal yang hiperbolis. Dalam representasi visual, Haji Lulung dikaitkan beberapa hal, seperti ludah, tokoh meme populer, topik yang munculnya bersamaan dengan munculnya tagar #savehajilulung, dan permainan-permainan populer di Indonesia. Meme dengan tagar #savehajilulung mengandung pesan yang ringan dan mudah dicerna. Tanda-tanda serta proses olah digital yang terdapat dalam meme menunjukkan konteks yang mendukung objek meme.

Makna kritik yang disampaikan melalui korpus-korpus meme #savehajilulung selama bulan Maret 2015 ini memiliki kecenderungan yang homogen dimana kritik tersebut dimaknai sebagai sindiran hiperbola dan tersebar secara viral. Akibatnya, penyebaran meme tersebut ditiru sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Dawkins. Selain digambarkan dengan cara yang hiperbolis, pada realitanya meme-meme tersebut hanya menampilkan antifrasis dari sosok Haji Lulung.

Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

commit to user

1. Makna yang ingin disampaikan melalui meme #savehajilulung dalam situs 1cak.com digambarkan melalui humor bernada satir yang dimanifestasikan melalui tanda visual dan teks yang dianalisis melalui model diadik Sausuure mengenai penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) terkait-simbol-simbol secara keseluruhan.
2. Penanda melalui elemen visual dan teksnya digunakan untuk menggambarkan objek kritik yakni tokoh Haji Lulung untuk menyindir Haji Lulung melalui metafora dan hiperbola dalam meme.
3. Penanda digunakan untuk memaknai dan menjelaskan mengenai konteks yang terkait dengan objek kritik.
4. Penggambaran kritik melalui penanda dan petanda adalah dimanifestasikan melalui bentuk parodi yang didukung oleh teknik pengolahan gambar secara digital (*photoshopping*) yang disesuaikan dengan topik yang mendukung terkait objek kritik disertai teks memperkuat makna dari keseluruhan penanda.
5. Dalam menganalisis simbol-simbol yang terdapat dalam meme dilakukan pada keseluruhan simbol sehingga simbol-simbol yang digunakan merupakan simbol dapat dimaknai dan digunakan untuk menggambarkan bentuk kritik yang disampaikan dalam meme.

Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk menjadi bahan masukan bagi penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti tidak melibatkan kreator meme maupun pengguna internet yang mengikuti topik #savehajilulung sehingga interpretasi yang dilakukan oleh peneliti masih terdapat kesan subyektifitas. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas penelitian dan mengkombinasikan teknik analisis lain, seperti penggunaan metode triangulasi data untuk menggali lebih dalam makna yang terkandung dalam meme.

Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk melakukan intertekstual yang lebih mendalam guna memperkuat temuan makna yang terkandung

dibalik tanda-tanda yang dianalisis menggunakan semiotika dan tidak terbatas pada teori yang diungkapkan oleh Saussure, tetapi juga ahli semiotika lain seperti Pierce maupun Roland Barthes. Penelitian lebih lanjut juga diharapkan dapat metode triangulasi data atau kombinasi dengan teori lain.

Daftar Pustaka

- Berger, Arthur Asa. (2010). *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Chandler, Robert Curry. 2008. Meme world syndrome: A critical discourse analysis of the first world problems and third world succes internet memes. Tesis. Florida: University Of Central Florida.
- Effendy, Onong Uchjana. (1986). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fiske, John.(2006). *Cultural and Communication Studies:Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lull, James. (1998). *Media Komunikasi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Marino, Gabriele. (2015). Semiotic of Spreadability: A systematic approach to Internet memes and virality. *Punctum*, 1(1), 43-66. Diperoleh dari <http://punctum.gr/?download=291> diakses 1 Oktober 2015.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Oxford Online Dictionary. (2015). Meme. [Online]. (URL <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/meme> diakses pada 12 Maret 2015.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipерsemiotika: Tafsir Cultural Strudies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Purwasito, Andrik. (2015). *Komunikasi Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sobur, Alex. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____. (2009). *Analisis Teks Media; Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.