

Produksi Pesan Sosial Melalui *Meme* pada Media Sosial

Febrianto Saptodewo
febrianto.saptodewo@gmail.com

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Indraprasta PGRI

ABSTRACT

Disclosure of feelings through memes in social media is mostly done on young people with internet facilities on social media. Meme is a new phenomenon in the delivery of a message with visual incorporation with intriguing text to lead to perceptions of growing issues. Memes that develop in Indonesia can be distinguished from categories of form and nature. The easy way to create and share it to social media to get a response from the netizen.

Keywords: *Meme, Photo Imagery, Humor, Social Media, Criticism, Text*

ABSTRAK

Pengungkapan perasaan melalui meme di media sosial banyak dilakukan pada kalangan muda dengan fasilitas internet pada media sosial. Meme merupakan bentuk fenomena baru dalam penyampaian sebuah pesan dengan penggabungan visual dengan teks yang menggelitik untuk menggiring persepsi terhadap isu-isu yang berkembang. Meme yang berkembang di Indonesia bisa dibedakan dari kategori bentuk dan sifatnya. Caranya yang mudah dibuat dan membagikannya ke media sosial untuk mendapatkan respon dari para netizen.

Kata Kunci: *Kunci: Meme, Foto Citraan, Humor, Media Sosial, Kritik, Teks*

1. PENDAHULUAN

Masyarakat saat ini dibawa ke era digitalisasi dengan kemunculan internet dan perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat. Dalam setiap gerak kehidupannya, manusia menggunakan dan dikelilingi teknologi. Ketergantungan kegiatan manusia pada alat komunikasi yang pada masa sekarang ini yang rata-rata orang sudah menggunakan ponsel yang dilengkapi dengan fitur-fitur dan aplikasi berbasis sosial media.

Media sosial (Facebook, Twitter, Path dan Instagram) membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa. Proses komunikasi tersebut menjadi berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi pada proses berkomunikasi. Williamson sebagaimana dikutip Widjajanto (2013: 143) menyatakan bahwa media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial secara *online* di internet dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar.

Munculnya media sosial ini menjadikan masyarakat sering timbul perilaku narsis dan selalu memperbaharui kegiatan mereka setiap waktu. Media sosial digunakan untuk menyampaikan perasaan kecewa, senang, marah, patah hati, dan lain sebagainya. Dengan cara memperbaharui status maupun

mengunggah gambar para pengguna media sosial tersebut mencurahkan perasaannya. Dengan masyarakat mendapatkan informasi terbaru secara cepat melalui media sosial. Sebagai sebuah wujud ikut berpartisipasi mengungkapkan pendapat munculah fenomena *meme*. Dengan *meme* masyarakat dapat mencurahkan perasaan dan pendapatnya secara kreatif.

Kebebasan setiap individu dalam menggunakan media mempunyai kendali yang besar atas cara media mempengaruhi mereka. Bukan hanya menentukan pilihan secara sadar atas media yang mereka pakai, tetapi juga keyakinan dan nilai yang mereka anut secara tidak sadar mempengaruhi mereka mengambil dan menyimpan informasi (Vivian 2008:497).

McLuhan pencetus teori *technological determinism* bahwa teknologi berpengaruh sangat besar dalam masyarakat. Dia mengemukakan bahwa kita membentuk peralatan kita dan mereka pada gilirannya membentuk kita. Tak beda dengan yang terjadi saat ini, manusia membuat teknologi dan mengembangkannya dan kemudian apa yang telah kita buat mempengaruhi kita sendiri dan membuat kita bergantung terhadap teknologi. Tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi. Menurut McLuhan media berperan menciptakan dan mengelola budaya. Sama halnya dengan *meme* yang telah hadir dan menjadi budaya di kehidupan kita.

Keberadaan jejaring sosial menjadi lahan yang subur bagi proses pengembangan *meme*. Kebanyakan *meme* berisi candaan

atau humor yang dibuat dari kehidupan sehari-hari, kejadian masa lalu dan topik yang sedang dibicarakan masyarakat saat ini. Puluhan hingga ratusan citraan foto berserakan setiap hari di media sosial kita. Citraan-citraan tersebut biasanya disertai dengan teks-teks dengan gaya kritik menggelitik. Isu yang disampaikan pun merupakan representasi dari kejadian-kejadian populer yang sedang ramai menjadi perbincangan masyarakat, meskipun tidak jarang juga mengangkat isu keseharian seperti tentang percintaan, pengalaman hidup, pendidikan, sampai agama.

Para kreator terkadang sengaja membuat bahan tertawaan dengan parodi-parodi. Tentu saja apa yang disampaikan melalui *meme* bukan selalu berisi sesuatu yang positif, melainkan juga tak luput dari sesuatu yang berisi negatif dan malah banyak yang menggunakan *meme* dengan bertujuan negatif. Kembali mengingat bahwa internet dan jejaring sosial tidak hanya digunakan oleh orang dewasa namun juga digunakan oleh anak-anak dan remaja. Dari bermacam-macam *meme* selalu ada *meme* yang terkesan mengejek dan bahkan berbau porno. Anak-anak dan remaja dapat membuat segala sesuatu menjadi candaan dan mengerti tentang seks dan berpacaran melalui gambar-gambar yang ada dalam *meme*. Dan secara kondisi psikis mereka belum siap dan belum saatnya mengerti akan hal itu.

Bukan berarti semua yang disampaikan melalui *meme* bersifat buruk, banyak pula *meme* yang isinya memotivasi dan memberikan kita pengetahuan dunia politik

yang tidak kita pahami walaupun disertai dengan candaan.

2. PEMBAHASAN

Meme sebenarnya adalah sesuatu yang bukan baru, hanya istilahnya saja yang baru. Dalam ilustrasi hal sejenis ini telah ada dalam bentuk karikatur atau kartun. *Meme* juga sering disebut parodi foto. Substansi dari karikatur dan *meme* serupa yaitu untuk kesenangan, gambar lucu, sekaligus bernada sindiran, kritik, atau sekadar bercandaan.

Clinton Richard Dawkins yang merupakan seorang peneliti etologi, cabang ilmu yang mempelajari segala bentuk tingkah laku hewan asal Inggris, dalam bukunya *The Selfish Gene* (1976), menuliskan bahwa istilah *meme* berasal dari bahasa Yunani '*mimeme*' yang berarti menyerupai atau menirukan. Menurut Dawkins istilah itu seperti kloningan dalam sebuah gen. *Mimeme* merupakan ibu dari pendekatan sosiologi sastra yang darinya dilahirkan puluhan metode kritik sastra yang lain. Dalam hubungannya dengan kritik sastra *mimeme* diartikan sebagai sebuah pendekatan yang dalam mengkaji karya sastra selalu berupaya untuk mengaitkan karya sastra dengan realitas atau kenyataan. Perbedaan pandangan Plato dan Aristoteles menjadi sangat menarik karena keduanya merupakan awal filsafat alam, merekalah yang menghubungkan antara persoalan filsafat dengan kehidupan (Ravertz. 2007: 12).

Dalam kajian Dawkins, *meme* tidak selalu terkopi secara sempurna, dapat

hilang, tercampur atau bahkan berubah dikarenakan pengaruh dari ide lainnya, sehingga menjadikan suatu meme yang baru. *Meme* baru itu dapat menjadi lebih baik atau buruk, sebagai replikator dibandingkan dengan *meme* sebelumnya (Dawkins, 2006)

Menurut Bauckhage (2011), meme biasanya berkembang melalui komentar, imitasi, parodi, atau bahkan hasil pemberitaan di media. Menurut Shifman (2013), frasa *meme* umumnya diterapkan untuk menggambarkan propaganda pada konten seperti lelucon, rumor, video, atau situs dari satu orang ke orang lainnya melalui internet. *Meme* bisa menyebar dalam bentuk aslinya, tetapi sering juga memunculkan turunan atau pembaharuan yang dibuat pengguna. Fenomena tambal sulam penambahan *caption* pada gambar inilah yang populer disebut *meme*. Kehadiran *meme* ini menyebar sedemikian cepat layaknya virus yang mereplikasi diri menjadi versi-versi yang bersifat kontekstual dengan topik yang muncul. *Meme*, seperti yang dikatakan oleh Yun (2014) dalam Sandy Allifiansyah (2016: 153), adalah sebuah *unexpected connections* antara teks dan gambar yang tersaji.

Dapat kita pahami bahwa penyebaran atau pengembangbiakan *meme* dilakukan dengan cara replikasi dari *meme-meme* yang sudah ada. Artinya, *meme* terus menerus melakukan replikasi melalui suatu kebiasaan atau gagasan tertentu sehingga menjadi pola yang berulang-ulang dan pada akhirnya membentuk sebuah pola kebudayaan dalam skala besar. Akan tetapi, sifat dari *meme* ini tidak hanya mereplikasi, meme juga

mengalami proses evolusi atau perubahan dari waktu ke waktu, dan bersamaan dengan itu *meme* juga berusaha untuk bertahan dari pengaruh *meme-meme* yang baru (*survive*).

Fenomena *meme* karena *meme* bisa dikatakan sebagai proses penyampaian pesan dalam bentuk baru. *Meme* adalah gambar atau foto yang diberi teks atau bahasa sehingga menghasilkan suatu makna baru. Dengan kata lain, gambar yang ada dalam *meme* menuturkan kisahnya sendiri, untuk kemudian diinterpretasikan oleh pengguna lain. Dapat dikatakan bahwa fenomena *meme* ini muncul karena keinginan pengunggah untuk menyampaikan pesan melalui bentuk yang baru. Salah satu contohnya dengan menggabungkan komunikasi nonverbal (ekspresi) dengan komunikasi verbal (bahasa) sehingga menghasilkan suatu makna atau pesan. *Meme* dapat dikatakan mengolah interpretasi dengan menggunakan visual, teks, maupun keduanya agar mendapatkan makna atau pesan yang diinginkan pembuat *meme*.

Gorden sebagaimana dikutip Mulyana (2008:5), komunikasi memiliki empat fungsi, yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Fenomena *meme* termasuk dalam salah satu fungsi komunikasi yaitu komunikasi ekspresif. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan selama komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan berbagai macam perasaan (emosi) yang dikomunikasikan secara nonverbal (Mulyana, 2008:24).

Di Indonesia, masyarakatnya lebih

suka dalam menyampaikan kritik melalui *meme*, dikarenakan cara ini adalah cara yang menyenangkan atau cara yang menarik. Namun dampak yang ditimbulkan cukup besar, *Meme* yang sering dicari orang Indonesia adalah *meme-meme* kategori lucu atau menyenangkan karena lebih menghibur. Memang ada banyak *meme* yang beredar di internet, khususnya dalam mesin pencarian Google. Menurut data Google Trend, *meme* yang sedang populer di Indonesia adalah *meme* dalam kategori *meme* bentuk komik. Sedangkan di dunia, *meme* yang populer adalah *meme* dalam bentuk foto.

Meme sebagai gambar digital bagaimanapun absurdnya, lucunya, menyebalkannya, dan sentimentilnya merupakan sebuah karya seni. Gambar *meme* sebagai sebuah karya seni atau praktik seni desain jika di lihat dari kacamata postmodern merupakan sebuah bentuk bahasa estetika seni masyarakat postmodern. Desain sendiri merupakan perpaduan berbagai bentuk seni menjadi satu kesatuan dalam bentuk visual, sifatnya lebih ditujukan untuk pemakai individu, komunitas dan sebagainya. Sedangkan seni biasanya bersifat individu dan lebih idealis.

Dalam fase ini, gambar *meme* telah berhasil memecahkan kebekuan, kekolotan yang terjadi dalam dikotomi klasik antara budaya tinggi yang dulu diagungkan oleh kelas sosial atas dengan budaya rendah atau budaya populer yang di miliki kelas sosial bawah. Tidak ada lagi klaim budaya tinggi atau budaya rendah. Kehadiran gambar *meme* justru seolah meleburkan garis perbedaan di antara kedua sub kebudayaan

tersebut. Peleburan inilah kemudian yang mengkonstruksi *meme* menjadi budaya massa seperti sekarang ini. Sebagai sebuah budaya massa hari ini gambar *meme* juga tetap memiliki dimensi ideologis seperti karya seni desain pada lazimnya.

Dalam perkembangannya bentuk *meme* yang menggunakan gambar visual dengan teks menjadi bentuk lain. Dilihat dari bentuk *meme* yang beredar di Indonesia ada tiga kategori bentuk *meme*, yaitu *meme* komik, *meme* foto, dan *meme* teks.

A. *Meme* Bentuk Komik

Meme ini dari bentuknya menyerupai komik strip. Sebuah gambar atau rangkaian gambar yang menceritakan banyolan atau lelucon yang mudah dipahami hanya dengan melihat gambarnya dan membaca sedikit tulisannya.



Gambar 1: *Meme* Perampok dan Pejabat
(Sumber : <http://thephoneresource.com/kumpulan-gambar-meme-comik-indonesia-lucu-koplak-konyol/>)



Gambar 2: Meme Dokter dan Suster
(Sumber: <https://windowsnesia.com/gambar-lucu-meme-foto/>)

B. Meme Bentuk Foto

Meme dengan menggunakan foto citraan dan memasukkan teks dengan kata-kata yang mengandung interpretasi. Meme ini sering diduplikasi dengan mengganti kata-katanya dengan berbagai persepsi yang dibuat oleh kreatornya.



Gambar 3: Meme Baper Oreo
(Sumber: <http://selebtube.com/nassar-aku-tuh-gak-bisa-diginiin/>)



Gambar 4: Meme Baper Buang Air Besar
(Sumber : <https://www.vebma.com/meme/meme-lucu-nassar-aku-tuh-gak-bisa-diginiin/15026>)

C. Meme Bentuk Teks

Bentuk *meme* ini hanya terdiri dari teks saja dengan bahasa sederhana. Meme bentuk ini sebelumnya banyak dijumpai pada bagian belakang kendaraan-kendaraan angkut barang. Penggunaan *meme* bentuk ini biasanya menggunakan jenis huruf yang mudah dibaca.



Gambar 5: Meme Belakang Truk (Sumber: <http://www.disiniajatempatnya.com/2016/02/meme-tulisan-belakang-bak-truk-lucu.html>)



Gambar 6: *Meme My Trip My Adventure*
(Sumber: <https://www.brilio.net/life/10-meme-lucu-tulisan-di-kaos-kamu-kesindir-nggak-150805t.html>)

D. Meme Bentuk Tautan

Bentuk *meme* ini biasanya dibuat dengan tautan berita, foto situasi atau tokoh, chat dari media sosial yang kemudian dikomentari.



Gambar 7: *Meme Sinteron Anak Jalanan*
(Sumber: <http://dev.jalantikus.com/gokil/meme-anak-jalanan/>)



Gambar 8: *Meme Ibu-Ibu Touring*
(Sumber: <http://www.ayochat.or.id/threads/30-meme-lucu-tentang-pengendara-motor-indonesia.5076/>)

E. Meme Bentuk Hashtag

Hashtag menurut organix-digital.com adalah kata atau frase tanpa spasi yang diawali dengan simbol *hash* (“#”). Ini adalah bentuk tag metadata. Kata-kata dalam pesan pada *microblogging* dan jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, Google+ atau Instagram dapat ditandai dengan menempatkan “#” di depan mereka. *Meme* bentuk ini menggunakan simbol hash di depan opini yang dibuat.



Gambar 9: *Meme Raja Salman*
(Sumber: <https://www.suara.com/tekno/2017/03/02/122510/setelah-meme-kocak-muncul-hastag-rajasalmanpastibelumpernah--page-5>)

F. Meme Bentuk Video

Meme bentuk video membutuhkan kemampuan dalam mengedit video yang sudah ada maupun video yang diambil sendiri, menggabungkan cuplikan-cuplikan video maupun memberikan bentuk suara efek lucu pada *meme* video. Program *software* yang digunakan biasanya Adobe Premiere.



Gambar 10: *Meme* Kehebatan Haji Lulung
(Sumber: https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=IccmCu8RYzA)

Dari temanya *meme* yang banyak di *upload* di internet dapat dijadikan beberapa kategori tema. Berikut adalah jenis kategori tematik *meme* yang ada di Indonesia:

A. Meme Tematik Sindiran

Meme ini biasanya digunakan untuk menyindir seseorang dengan ciri khas tertentu (sifat, fisik, keadaan dan sebagainya) *meme* ini cukup populer kalangan remaja maupun kadang sering digunakan untuk menyerang lawan politik. Untuk *meme* ini haruslah berhati-hati ada batasan dan norma yang harus dijaga. Biasanya *meme* sindiran yang melewati batasan akan menimbulkan konflik sering terkena Undang-Undang ITE.



Gambar 11: *Meme* Artis Mirip
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/571323902713036455/>)



Gambar 12: *Meme* Fisik Artis
(Sumber: <https://1cak.com/779367>)

B. Meme Tematik Percintaan

Meme yang biasanya menggambarkan kegalauan para remaja ataupun remaja yang sedang atau tidak berpacaran. Diperlukan menyiapkan humor dan dihubungkan dengan kenyataan sekitar, agar penikmat *meme* tersebut dapat terhibur.



Gambar 13: Meme Produk Kopi
(Sumber: <http://www.pulsk.com/650965/>)



Gambar 14: Meme Razia
(Sumber: <http://seputargambar.com/kumpulan-gambar-meme-lucu-polisi.html/meme-polisi>)

C. Meme Tematik Pendidikan Sekolah

Biasanya *meme* ini membahas hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan yang ada di sekolah. Yang dilakukan dulu saat bersekolah maupun hingga kegiatan sekolah saat ini.

Ada hal yang menarik dari sekian jenis *meme* adalah anggapan bahwa pendidikan sekolah tertentu itu dimaknai sebagai hal yang sensitif. Seperti hari libur sekolah adalah keindahan yang tiada tara, hari Senin merupakan hari yang horor, matematika sebagai pelajaran mimpi buruk bagi para penikmat *meme* kalangan pelajar.

Meme jenis ini sangat cocok jika

dipadukan dan dihubungkan dengan pengalaman pribadi, seperti menganalogikan suatu cerita yang bersifat universal pernah dialami kalangan banyak.



Gambar 15: Meme Peningkatan Kemampuan
(Sumber: <https://simomot.com/2016/04/05/dp-bbm-dan-meme-paling-koplak-tentang-ujian-nasional/>)



Gambar 16: Meme Anak Bapak
(Sumber: <https://twitter.com/thepopoh/status/323635708160008193>)

D. Meme Tematik Motivasi

Meme ini punya tujuan mulia, yaitu memotivasi orang mengenai hal-hal positif yang sebaiknya kita jalani dalam hidup yang dikemas dengan humor.

Untuk membuat *meme* seperti ini kita siapkan terlebih dahulu ide dan tujuannya, kemudian bermainlah dalam pemilihan kata yang tepat atau diksi. Ingatlah tujuan *meme* ini adalah mengenai hati pembacanya baik secara eksplisit maupun implisit.



Gambar 17: *Meme Dengan Logat Betawi*
(Sumber: <http://tutorialaplikasi.com/kumpulan-dp-bbm-motivasi-pagi-hari-penuh-makna-semangat-terbaru/>)



Gambar 18: *Meme Seorang Motivator*
(Sumber: <http://tutorialaplikasi.com/dp-bbm-kata-bijak-motivasi-mario-teguh-paling-menyentuh-hati/kata-kata-bijak-mario-teguh-lucu/>)

E. Meme Tematik Humor

Meme ini biasanya berisikan kumpulan gambar - gambar lucu yang dapat menghibur dan menghilangkan stress sejenak. Selain gambar gambar yang kocak editannya pun disertai dengan tulisan tulisan yang konyol yang membuat kita tertawa.



Gambar 19: *Meme Biker Berjenggot*
(Sumber: <http://jogja.tribunnews.com/2017/04/26/bertebaran-meme-lucu-biker-berjenggot-ternyata-begini-wajah-asli-dan-sosoknya>)



Gambar 20: *Meme Majalah Bobo Dengan Gadis*
(Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/343047696586061608/>)

F. Meme Tematik Politik

Meme ini khusus membahas tentang politik, namun tetap didalamnya juga terdapat unsur komedi yang pastinya menghibur. *Meme* ini sangatlah sensitif, terkadang menimbulkan konflik hingga timbul *counter meme* untuk membantah *meme* sebelumnya.

Dalam membuat *meme* jenis ini dibutuhkan informasi yang akurat dengan mempelajari situasi dan isu yang berkembang di ranah politik. Karena *power* kekuasaan, kreator jenis ini kadangkala masuk dalam penjara dikarenakan adanya Undang-Undang ITE.



Gambar 21: *Meme Hambalang*
(Sumber: <http://belitung.tribunnews.com/2016/03/18/meme-lucu-bikinan-netizen-sindir-sby-usai-jokowi-sidak-hambalang>)



Gambar 22: *Meme Selfie Anggota DPR*
(Sumber: <https://www.pinterest.co.uk/pin/565483296954750948/>)

G. Meme Tematik Tanggal Tua

Meme tema ini juga banyak bertebaran di media sosial. Sasaran dari *meme* ini adalah para pekerja menengah bawah ataupun mahasiswa kost yang menunggu gaji atau kiriman uang dari perusahaannya maupun orang tuanya.



Gambar 23: *Meme Mie Jatuh*
(Sumber: <https://haloponsel.com/gambar-meme-lucu-siklus-anak-kost/>)



Gambar 24: *Meme Gambar Pahlawan*
(Sumber: <https://www.humorterlucu.com/2015/07/meme-tanggal-tua.html>)

H. Meme Tematik Produk

Meme tema produk yang banyak dijumpai di pasaran. Dengan menambahkan kalimat maupun mengolah gambar produk tersebut dengan mempertanyakan produk yang dimaksud atau mengolah gambar produk menjadi sindiran yang mengandung unsur humor.

Meme jenis media (iklan) produk memiliki kesan yang gampang diingat bagi objek tujuan kita yaitu penikmat *meme* (korban iklan). Seperti adanya kata dalam iklan yang bisa dijadikan template dalam penerapan di kehidupan, sehingga menimbulkan humor tersendiri di dunia *meme*.



Gambar 26: *Meme* Produk Indomie
(Sumber: <https://jadiberita.com/77167/foto-meme-kocak-mie-instan-bikin-ngakak.html/25-gambar-meme-lucu-dan-gokil-dari-mie-instan-kesukaan-kita25>)



Gambar 25: *Meme* Butter Cookies
(Sumber: http://www.socimage.net/media/1017832528374483802_17171617)

Ilustrasi *meme* bermanfaat sebagai ilustrasi yang bertujuan untuk menghibur. Dalam dunia desain komunikasi visual, ilustrasi ini juga dapat digunakan untuk bercerita (komik) maupun menuangkan ekspresi seseorang terhadap suatu hal seperti kegiatan dalam kehidupan sehari-hari, sindiran untuk kalangan tertentu (sindiran politik, sosial, budaya, dan lain-lain) sebagai visual.

H. Membuat *Meme*

Meme dibuat terkadang secara spontanitas saat merasakan sesuatu, melihat suatu gambar, protes maupun dukungan pada isu yang saat itu berkembang. Cara yang digunakan pun beragam. *Meme* tidak begitu membutuhkan visual yang tinggi, maka bisa pembuatannya dengan cara lebih praktis, membuatnya secara *online* di situs-

situs yang ada di internet.

Dengan mempertimbangkan dahulu jenisnya, kemudian lakukan seperti teori yang sudah diulas, agar *meme* yang kita buat menjadi lebih terstruktur dan bersistem.

Perangkat yang digunakan biasanya juga terkoneksi dengan internet. Hal ini agar dapat mempermudah pencarian foto citraan dan menyebarkan *meme* yang telah jadi. Dengan kemampuan dalam memilih dan mengolah foto maupun gambar, *meme* akan lebih kuat dengan kalimat yang menggelitik. Penggunaan komputer ataupun laptop, biasanya *software* yang umum digunakan adalah Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Coreldraw dan sebagainya.

Dapat menggunakan alat pembuat otomatis atau generator di website – website dengan kata kunci '*meme maker/creator*'. Sebenarnya kualitas *meme* itu sendiri ditentukan oleh kepuasan para pembaca saat menikmati *meme* tersebut, bukan dari tampilan yang modernis atau kemegahannya. Kebanyakan *meme* di Internet memang berorientasi terhadap hiburan, namun ada juga yang bertajuk motivasi, juga sindiran.

Dengan memilih foto citraan yang tersebar di internet yang sesuai untuk tema *meme* yang akan diangkat. Setelah mendapatkan foto citraan yang sesuai dengan tema yang akan diangkat menjadi *meme*, foto tersebut disimpan lalu dibuka pada Adobe Photoshop untuk di edit dan diberikan teks yang mudah terbaca dan kalimat yang sesuai untuk isu yang diangkat menjadi *meme*.

Penggunaan kalimat pada *meme* biasanya dengan bahasa sehari-hari agar

mudah dimengerti yang sebelumnya sudah terlebih dahulu dikonsepskan tema maupun humor yang akan dibuat menjadi *meme*. Dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, ataupun Coreldraw akan mempermudah kreator *meme* untuk berkreasi dengan menukar wajah di foto atau merubah wajah menjadi lucu. *Layout* yang digunakan biasanya meletakkan teks pada bagian atas dan bawah gambar.

Untuk pembuatan *meme* bentuk video, hingga kini masih menggunakan *Personal Computer* (PC) maupun laptop. Biasanya menggunakan *software* Adobe Premiere untuk memasukkan video, audio, dan mengedit hingga menjadi *meme* yang nantinya dapat di *upload* ke media sosial. Terkadang pembuatan *meme* bentuk video tidak hanya menggunakan satu *software* saja. Biasanya terdiri dari beberapa *software* seperti gabungan *software* Adobe Premiere dengan Adobe Illustrator, Adobe Flash, Adobe Photoshop, dan sebagainya yang masih terkait. Dalam perkembangannya di media sosial sudah memulai menyediakan fitur-fitur untuk membuat *meme* seperti halnya Instagram.

Pada pembuatan *meme* dengan menggunakan komputer maupun laptop, kendala yang dihadapi adalah tidak semua komputer ataupun laptop telah dilengkapi dengan kamera. Jadi keterbatasan tersebut agak menghambat dalam pengambilan foto ataupun *moment* yang pada saat itu menarik untuk digunakan sebagai visual dalam *meme*.



Gambar 27: Hasil Pencarian Foto Citraan Yang Akan Diolah Dari Search Engine



Gambar 28: Foto Citraan Yang Sudah Diolah Menjadi Beberapa Meme

Beragam aplikasi foto di *smartphone* dapat digunakan dalam membuat *meme*, dan langsung dapat disebarluaskan di media sosial. Namun ada keterbatasan dibandingkan dengan menggunakan komputer ataupun laptop. Karena pada aplikasi foto pada *smartphone* tidak dapat mengolah foto layaknya menggunakan *software* Adobe Photoshop. Jadi biasanya

untuk mempretasikan foto *meme* yang akan dibuat maka dicarilah foto-foto citraan maupun dengan *selfie* dengan raut muka atau gerakan yang lucu dan menambahkan kalimat dengan menggunakan aplikasi pada *smartphone*.

Meski terlihat lucu, tak jarang *meme* yang dibuat untuk menyindir seseorang atau peristiwa tertentu itu juga sering menuai protes dan komentar pedas dari berbagai pihak. Dan untuk masalah aturan dalam pembuatan *meme*, aturan secara baku dalam membuat *meme* tidak ada. Namun, ruang gerak pembuatan *meme* di Indonesia dibatasi undang-undang yang berkaitan dengan ITE (Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik) dan pencemaran nama baik. Jadi, jika *meme* yang dibuat bertujuan untuk menjelek-jelekkan seseorang atau sekelompok orang, maka sudah tentu akan terkena hukuman.

Karena mudahnya membuat *meme*, hak cipta sang kreator *meme* jadi terlupakan. Karena penggunaan foto maupun layout jadi beragam dengan makna yang bermacam-macam. Akan jadi masalah ketika *meme* yang dibuat oleh seseorang, ternyata melanggar hak cipta karena gambar yang digunakan untuk kelengkapan *meme* tersebut telah menyalahgunakan hak cipta dari si pencipta. Lebih bahaya lagi apabila *meme* tersebut mengarah ke olok-olokan yang dapat memicu pencemaran nama baik si pencipta. Hak cipta tidak terdaftar dan yang terdaftar, namun dengan mengusahkan untuk mencari informasi mengenai pencipta yang bersangkutan apakah menyediakan izin dengan berbayar, non-berbayar, atau

mungkin saja menyediakan dengan kondisi-kondisi tertentu. Menyediakan daftar pustaka dalam tulisan kita juga salah satu contoh cara untuk menghargai hak cipta orang lain.

3. SIMPULAN

Meme bukanlah ruang hampa karena dalam *meme* terdapat fenomena-fenomena sosial yang menimbulkan kritik, curahan hati, hiburan, nasihat, dan pendidikan yang dituangkan ke dalam media yang berbeda dan menyebar dengan sangat luas melalui jejaring sosial.

Bebas dan mudah dalam pembuatannya, serta mendistribusikan *meme* tidak menjadikan fenomena ini sepi dari kritik. Permasalahan seperti hak cipta gambar dilontarkan oleh pemerhati sosial media karena gambar-gambar yang diambil kemudian direplikasi oleh netizen menjadi *meme* tanpa izin dari pemilik atau pemegang lisensi.

Semakin maju teknologi, wadah edukasi akan semakin mudah untuk mengaksesnya. Akan tetapi manusianya tidak melengkapi diri untuk mempelajarinya, hanya bermodalkan *copy paste*. *Copy pasting* (*mimesis Aristoteles*) tanpa pemahaman (baik intelektual maupun konseptual) adalah mekanisme mesin, bukan manusia. Bila kita lebih membuka jalan pikiran untuk mengembangkan diri banyak cara dalam berkreasi. Teknologi yang semakin maju, maka semakin 'hilang' manusianya, *like it or not, that's the way it is*.

Kita bukan lagi *homo sapien*,

melainkan menjadi jenis manusia baru yaitu *homo digitalis*. Campur aduk antara virtual dan mana yang kenyataan. Virtual adalah kenyataan dan kenyataan adalah sebuah virtual.

Semaju apapun teknologinya tetap akan ada *super brain* yang mengontrolnya, menjadi sebuah pilihan sebagai pengontrol atau dikontrol oleh mesin. Untuk menjadi pengontrol haruslah mempersiapkan dan mengedukasi diri. []

DAFTAR PUSTAKA

- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Mulyana, D. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ravertz, J. R. 2007. *Filsafat Ilmu: Sejarah dan Ruang Lingkup Bahasan*. Yogyakarta: Pelajar Offset (Judul asli The Philosophy of Science. 1982. Oxford University Press, diterjemahkan oleh Saut Pasaribu)

Jurnal

- Allifiansyah, Sandy. (2016). "*Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia*", Jurnal Ilmu Komunikasi, Univesitas Gadjah Mada
- Bauckhage, Christian. (2011). "*Insight into Internet Memes*". Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 42-49.
- Shifman, Limor. (2013). "*Memos in a Digital World: Reconciling with a Conceptual*

Troublemaker". Journal of Computer-Mediated Communication, 362-377

Yun, J. (2014). *Remediation: The internet meme as remediation* <<http://www.lin-kapedia-anthropology.com/digest/remediation-the-internet-meme-as-remediat>

[ion-joanne-yun/72776523/da6b975c18c18c55d6ff7fce91088e8](http://www.lin-kapedia-anthropology.com/digest/remediation-the-internet-meme-as-remediation-joanne-yun/72776523/da6b975c18c18c55d6ff7fce91088e8)>

Website

organix-digital.com/blog/read/definisi-dan-fungsi-hashtag-pada-sosial-media