

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media saat ini telah mengalami perubahan. Hal ini disebabkan karena adanya perkembangan teknologi dan informasi. Dengan adanya perkembangan ini, maka masyarakat juga akan dimudahkan dalam pencarian informasi melalui media digital dengan waktu yang relatif cepat dan tanpa memakan banyak tempat. Tentunya hal ini juga tidak terlepas dari perkembangan teknologi internet yang menjadi penyokong dalam era digital. Menurut Purbo dalam Pri-Hatna (2005:7), internet dengan berbagai aplikasi, seperti *web*, *VolP*, dan *e-mail* pada dasarnya merupakan media yang digunakan untuk mengefisiensi proses komunikasi.

Dengan adanya teknologi internet disini maka muncullah berbagai macam media sosial yang beredar, yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan interaksi. Interaksi yang biasa terjadi di masyarakat dilakukan dengan bertatap muka atau secara langsung (komunikasi verbal), akan tetapi dengan adanya media sosial, masyarakat dapat dengan mudah melakukan interaksi dimanapun dan kapanpun baik nonverbal maupun verbal. Media sosial yang mendukung adanya peran dalam komunikasi ini diantaranya ada *twitter*, *facebook*, *instagram*, dan media sosial lainnya. Williasom sebagaimana dikutip Widjajanto (2013: 143) menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial serta dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar.

Media sosial membuat seseorang membuat ruang virtual dimana setiap individu dapat menyalurkan semua ide, pemikiran, keluhan, dan bahkan hasil karya mereka ke dalamnya. Selain dapat digunakan untuk berkomunikasi kepada seseorang yang jauh, media sosial ini semakin hari semakin mudah penggunaannya dan dijangkau oleh semua kalangan pengguna internet.

Karakteristik dari media sosial disini yang bersifat maya, (virtual) sering menghasilkan fenomena-fenomena yang *booming* (menggelegar) baik di kalangan pengguna media sosial itu sendiri ataupun di khalayak media luas.

Diantara fenomena yang telah booming di media sosial yaitu *jilboobs*, *selfie*, *trending hashtag*, dan *meme*. Setiap media sosial tentunya memiliki fenomena tersendiri yang sedang *booming*, karena pada dasarnya penyebaran fenomena tersebut berbeda antara media sosial satu dengan yang lainnya. Fenomena yang terakhir yaitu fenomena *meme*, dimana fenomena ini, yang saat ini sering muncul dan berkembang di berbagai macam media sosial dan sering digunakan di Indonesia diantaranya seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*.

Fenomena meme (dibaca: mim) yang saat ini *booming* di media, dapat ditemukan di berbagai situs yang tersedia di portal internet, diantaranya seperti di www.memecomico.net, www.1cak.com, maupun di fanpage *facebook*, *twitter*, forum media daring (misalnya kaskus), dan blog. Istilah *meme* ini berasal dari bahasa yunani “mimema” yang berarti sesuatu yang ditiru. Istilah *meme* juga sebenarnya sudah cukup lama diperkenalkan oleh ahli biologi Richards Dawkins dalam bukunya *The Selfish Gene* tahun 1976 (Shifman, 2013:363). Menurut Dawkins istilah *meme* digunakan untuk menjelaskan penyebaran ide atau fenomena budaya, yang termasuk budaya disini menurut Dawkins ialah gagasan, teori, ide, kebiasaan, penerapan, tarian, lagu, dan suasana hati.

Meme disini dapat berimplikasi dengan sendirinya (dalam bentuk peniruan) dan juga membentuk suatu budaya. Cara seperti ini dapat dikatakan mirip dengan penyebaran virus, tetapi dalam hal ranah budaya. Penyebaran *meme* ini dikemukakan oleh Bauckhage (2011:42). Menurut Bauckhage (2011), *meme* biasanya juga berkembang melalui komentar, tiruan, parodi, atau bahkan hasil pemberitaan di media. Sedangkan menurut Pusanti dan Haryanto (2017) mengemukakan bahwa *meme* dapat disebut sebagai suatu informasi yang disini dapat berupa ide, ideologi, gambar, musik, video, susunan kata, serta *hashtag*

(tagar) yang begitu populer karena tersebar begitu cepat dan mampu berdiam di benak masyarakat layaknya sebuah virus.

Meme disini seringkali dikaitkan dengan hal yang berbau ilustrasi dan gambar hasil dari kreativitas dan sangat berperan dalam konteks komunikasi. Di era digital, *meme* yang biasa bertebaran di media internet biasa disebut sebagai *internet meme*. *Internet meme* mulai populer di Indonesia dengan adanya wadah sendiri seperti *website* dan *fanpage meme* lokal. Hal ini terlihat dari seberapa banyak pengikut dan orang yang menyukai *fanpage* atau *website* yang ada.

Sebagai salah satu media untuk berkomunikasi, nilai penting dari sebuah *internet meme* terletak pada kegunaannya untuk membicarakan tentang kehidupan sosial, untuk menceritakan tentang kejadian sehari-hari dan juga kehidupan secara keseluruhan. Dalam hal ini, kesehatan juga tidak luput dari kehidupan sehari-hari yang merupakan aspek penting dalam menjalaninya. Dikarenakan bentuknya yang sederhana, maka seseorang dapat dengan mudah mengekspresikan ceritanya melalui *meme* yang biasanya hanya terdiri dari gambar dan kalimat yang ringkas.

Isi atau pesan dari *meme* sendiri sangat beragam, salah satunya adalah mengenai kesehatan, seperti pada contoh kalimat berikut ini, “*jangan mau menikah dengan perokok, kesehatan dirinya aja gak diperdulikan, apalagi kamu!*”, “*yang ngerokok teman ane, yang kena kanker ane*”, “*kenapa cowok tidak merokok itu keren? Karena kesehatan diri aja dijaga apalagi kamu*”. Pesan untuk menghimbau agar menjaga kesehatan dengan tidak merokok dan mengonsumsi nikotin. “*mata yang sehat dan cantik adalah.... Mata yang ga fokus mulu sama hp & lihat diskon gede di mall, upps*”, “*kucing aja jaga kesehatan mata, masa' kamu nggak?*” (dengan gambar kucing yang menggunakan masker mata mentimun). Pesan untuk menjaga kesehatan mata yang diibaratkan seperti mata kucing yang selalu bersinar “*sakit hati udah biasaa, sakit mata itu yang ga biasaa*”. Sedangkan ini merupakan pesan yaitu agar selalu menjaga mata, agar tidak terhindar dari kerusakan mata dan kekurangan uang dalam dompet.

Terlepas dari kata dan kemunculannya, *meme* muncul sebagai bahasa unik untuk berdialog soal kesehatan mental. Menurut Vikki Ryall, Kepala Praktik di National Youth Mental Health Foundation, *meme* yang sesuai dengan kondisi mental orang yang melihatnya akan menangkap perasaan orang tersebut. Terkadang, *meme* yang kocak akan menghilangkan rasa khawatir yang dilanda. Selain itu ada seorang komedian, penulis bernama Deirdge Fidge menyatakan kecintaannya pada *meme*, ia menceritakan bahwa ia mengalami depresi kronis dan mengharuskan ia menjalani terapi dengan biaya \$200, namun ketika ia melihat *meme* dapat membuatnya bahagia dan beresonansi lebih dari sesi terapi yang dijalani (klikdokter.com).

Belakangan ini mulai muncul *meme* dari film di bioskop, fenomena, dan kejadian tertentu yang tengah berlangsung. Gambar *meme* yang lucu dapat membuat kesehatan mental menjadi lebih sehat, karena memicu hormon endorfin yang merupakan hormon kebahagiaan. Melihat fenomena *meme* yang bertebaran di media sosial, dr. Sepriani Timurtini Limbong mengatakan pada Klik Dokter bahwa *meme* merupakan salah satu bentuk psiko ventilasi, yakni psikoterapi yang juga merupakan jendela perasaan untuk membuat pasien merasa lebih lega dan keluhannya berkurang (klikdokter.com).

Dalam hal ini perilaku kesehatan dapat dilihat sebagai salah satu bidang perilaku yang paling penting dalam kehidupan manusia yang seharusnya dijaga dan diperhatikan. Perilaku kesehatan yang positif diterapkan dalam kehidupan manusia terbukti juga dapat menunjang kinerja, aktivitas, serta proses belajar yang lebih baik. Masalah perilaku kesehatan yang terdapat dari beberapa literatur menjadi sesuatu fenomena yang seharusnya diperhatikan. Hal ini didasarkan pada fenomena yang terjadi pada masa kini, yaitu mengenai gaya hidup masyarakat modern dan semakin tidak sehat, misalnya dalam hal beban kerja yang berlebihan, merokok, stress, minum-minuman keras, kurangnya berolahraga, serta kecenderungan dalam mengkonsumsi *fast food* dan *junk food*.

Terlepas dari hal tersebut, maka banyak upaya-upaya yang dilakukan agar diberlakukan hidup sehat mulai dari usia dini, tidak lain melalui artikel kesehatan, penyuluhan kesehatan, poster dan *lamflet* kesehatan, bahkan di era saat ini juga sudah bermunculan *meme* yang memberikan sindiran atau kritikan mengenai kesehatan dan pola hidup sehat yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan

Meme comic yang ada dan saat ini bermunculan di kalangan media sosial juga memberikan sindiran dan kritikan dalam bentuk humor yang membuat para pembaca secara tidak sadar bahwa merekalah target atau pelaku dari pembuatan meme comic tersebut. Banyak diantaranya dapat ditemui dalam postingan gambar dari suatu pengguna dengan memiliki *content* (topik) dalam isinya, yaitu mengenai meme comic, diantaranya yaitu fanpage dalam faebook Meme Comic Indonesia. Meme Comic Indonesia disini merupakan suatu komunitas meme terbesar di Indonesia dengan anggotanya yang berjumlah lebih dari 1,7 member yang memulai debutnya di ranah media sosial pada tahun 2012. Komunitas yang awalnya berada di facebook ini mulai merambah dengan berbagai media sosial yang ada saat ini. Dikarenakan pada waktu itu media sosial facebook sangat dikenal dikalangan anak muda dan dengan penggunaannya yang mudah maka dapat menjangkau berbagai kalangan yang mengunjungi media sosial facebook, terutama halaman penggemar seperti fanpage dalam facebook. (<https://www.memecomic.id>).

Metode penggunaan *internet meme* membuat penulis disini mengangkat hal itu untuk melakukan kajian lebih mendalam lagi mengenai pesan dan makna dalam “*meme*” yang berhubungan mengenai kesehatan yang ada di era saat ini. Penelitian tersebut akan dipecahkan dengan menggunakan metode analisis semiotik. Hal ini dikarenakan “*meme*” yang tersebar di media sosial merupakan bagian dari simbol atau makna yang mengandung pesan dan himbauan tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

Bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos tentang kesehatan pada pesan teks meme comic berdasarkan konsep semiotika Roland Barthes?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos pada pesan teks meme yang berpengaruh pada kesehatan berdasarkan konsep semiotika Roland Barthes
2. Untuk mengetahui pesan apa saja yang sebenarnya terkandung pada teks meme yang berpengaruh pada kesehatan

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi. Serta diharapkan mampu menjadi acuan penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan pada Prodi Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Memberikan konstirbusi berupa informasi-informasi dalam bentuk makna simbol menurut teori semiotik dari Roland Barthes yang beredar di media sosial kemudian di publikasikan oleh masyarakat. Desain itu lebih dikhususkan adalah “meme” yang sering muncul di jejaring sosial.

