

ANALISIS SEMIOTIKA PADA MEDIA SOSIAL MEME “DESIGNER’S LIFE”

I Gusti Ayu Nila Wijayanti

Institut Desain & Bisnis Bali

ABSTRACT

Currently, where humans are very close to technology and internet-based, it is easy for them to access all information, communication, and have no restrictions to gain knowledge. Apart from communicating with language, humans also use images to express their feelings and thoughts. Currently, it is stated that on the internet there are memes as a human form in communicating ideas, and have other purposes such as social protest in society, also to entertain people. Meme often has a deep meaning and will not be easily applied by people who do not see the social context recently.

Nugraha, et al. (2015: 239) states that a meme is an image or photo that is given through text or language to produce new meanings. There are not many theories about memes. The term meme comes from the Greek word "mimema" which means something to be imitated. Memes in the form of videos or images depicting a person's behavior or lifestyle or profession that are made as suggestions and full of entertaining content because of their nature which is categorized as a parody or satire. The purpose of this study is to analyze the visual signs used in the form of written and image elements memes of designer's life, analyzed and discussed using the theory of Ferdinand de Saussure and Charles Sander Peirce. The memes that were analyzed were limited to only 5 memes and were taken randomly from the internet.

Keywords: memes, social media, social signs

ABSTRAK

Saat ini dimana manusia sangat dekat dengan teknologi dan berbasis internet, maka mudah bagi mereka untuk mengakses segala informasi, berkomunikasi, berinteraksi dan tidak memiliki batasan untuk menimba ilmu. Selain berkomunikasi dengan bahasa, manusia juga menggunakan gambar untuk mengungkapkan perasaan dan pikirannya. Saat ini yang beredar di internet terdapat meme sebagai bentuk manusia dalam mengkomunikasikan gagasan, serta memiliki tujuan lain seperti protes sosial di masyarakat dan juga untuk menghibur masyarakat serta tidak jarang sebuah meme memiliki makna yang dalam dan tidak akan mudah dipahami oleh orang yang tidak mengetahui konteks sosial yang sedang terjadi.

Nugraha, dkk. (2015:239) menyatakan meme adalah gambar atau foto yang diberi teks atau bahasa sehingga menghasilkan makna baru. Tidak banyak teori yang menjelaskan tentang meme. Istilah meme ini berasal dari bahasa Yunani "mimema" yang berarti sesuatu yang ditiru. Meme dalam bentuk video maupun gambar seringkali menggambarkan perilaku atau gaya hidup maupun profesi seseorang yang dibuat sebagai lelucon serta sarat akan unsur menghibur karena sifatnya yang dikategorikan sebagai sebuah parodi ataupun satire. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa tanda visual yang digunakan berupa elemen tulisan dan elemen gambar pada meme designer's life, dianalisa menggunakan teori Ferdinand de Saussure dan Charles Sander Peirce. Meme yang dianalisa terbatas hanya 3 meme dan diambil secara random

Kata Kunci: meme, media sosial, tanda sosial

PENDAHULUAN

Saat ini di mana manusia menggunakan internet sebagai sarana media sosial terbesar, ia memiliki berbagai fungsi. Media sosial tidak hanya untuk hiburan yakni gaya hidup, musik, tetapi juga sebagai sarana untuk memperlihatkan keseharian, mengungkapkan perasaan dan tak jarang media sosial digunakan untuk mengkritik fenomena sosial yang terjadi. Salah satunya adalah melalui meme. Meme adalah gambar yang memiliki tujuan dan memiliki makna yang dalam yang hanya dipahami oleh masyarakat yang memahami konteks sosial saat ini. Survey yang dilakukan oleh APJII bekerja sama dengan PusaKaKom Universitas Indonesia yang telah mensurvei 7.000 pengguna internet dari berbagai provinsi di tanah air menyebutkan bahwa sebanyak 87,4% dari total responden mengaku aktif mengakses media sosial, serta rata-rata netizen menghabiskan waktu 3 jam sehari untuk menggunakan internet (APJII, 2016) (Prihadi, 2015). Dengan kehadiran media internet ini, kemajuan manusia dalam hal berkomunikasi tidak hanya dilakukan dengan komunikasi verbal dalam proses berinteraksi, namun juga manusia dapat melakukan komunikasi secara visual, seperti halnya facebook, twitter, instagram dan lainnya yang selalu melakukan upgrading pada platform mereka sehingga menggunakan internet menjadi semakin menarik. Perkembangan teknologi dalam berinteraksi secara visual merupakan sebuah keniscayaan. Bukti nyata masifnya perkembangan tersebut adalah hadirnya internet (interconnection-networking) merupakan jaringan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan Standard system global transmission control protocol/internet protocol suit (TCP/IP) sebagai protokol yang melayani miliaran pengguna internet di seluruh dunia.

Meme sebagai sarana humor tetapi juga sering digunakan sebagai sarana kritik dan provokasi. Meme menyebar dari pikiran satu orang ke orang lain yang artinya proses penyebarannya melibatkan proses peniruan. Ketika seseorang memasukkan meme ke dalam pikiran lain, dia secara tidak langsung 'menjadi parasit' di otaknya, dan mengubah meme yang lain menjadi media penyebaran meme. Namun, meme pun dapat direplikasi melalui peniruan, dan ada tiga kualifikasi yang menentukan apakah meme dapat bertahan atau tidak dalam konteks sosial. Dawkins menulis bahwa kualifikasi tersebut berkaitan dengan aspek usia panjang (longevity), keproduktifan (fecundity) dan ketepatan menyalin (copying-fidelity) (Chandler, 2012).

Usia panjang adalah lamanya gagasan tentang meme yang bertahan dalam pikiran seseorang. Mirip dengan buku, selama meme tersebut masih melekat di otak seseorang, maka meme tersebut dapat direproduksi melalui peniruan. Fekunditas berkaitan dengan bagaimana ide tersebut disebarkan dalam kelompok sosial. Misalnya, jargon yang catchy dari sebuah iklan bisa dikatakan memiliki fekunditas tinggi jika menyebar dan diingat oleh banyak orang. Oleh karena itu, ketepatan menyalin berkaitan dengan bagaimana meme dapat menahan proses pergantian ketika ditiru dan ditularkan dari satu orang ke orang lain. Istilah alterasi di sini merujuk pada bagaimana meme tersebut tetap mempertahankan substansi aslinya tanpa diubah dalam prosesnya. Sama halnya dengan sebuah informasi, pesan yang ada dalam meme dapat berubah jika info tersebut disampaikan dari satu orang ke orang lainnya. Seiring dengan tingginya penggunaan internet dan media sosial melahirkan fenomena yang lain dikalangan penggunanya yaitu kreatifitas pembuatan meme yang kemudian beredar secara cepat dan kemudian mendapatkan komentar pada media sosial. Meme diartikan sebagai ide, perilaku atau gaya yang menyebar dari satu orang ke orang lain. Meme di internet mengambil bentuknya dalam sebuah gambar, hyperlink, video, website, atau hastag. Meme menjadi populer karena bisa menjadi bahan lelucon, sindiran, ekspresi perasaan pengguna di dunia maya dan hal ini dengan cepat menjadi populer dan mewabah (Luthfi, 2015). Desainer dalam arti kata harfiah merupakan

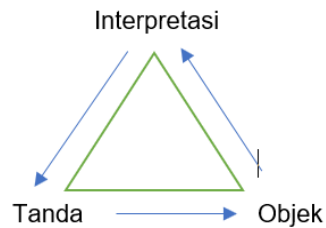
seseorang yang merancang sesuatu, dan profesi Desainer merupakan salah satu profesi dalam industri kreatif yang sangat diminati akhir-akhir ini. Umumnya, mereka yang berprofesi sebagai desainer memiliki keterampilan desain dan kreativitas yang sangat tinggi. Desainer juga harus memiliki ilmu dalam desain seperti desain komunikasi visual, desain fesyen, desain grafis, dan lain sebagainya. Dalam kehidupan desainer tak jarang mereka menemukan hal hal diluar ekspektasi mereka ketika berhadapan dengan klien serta tak jarang pula profesi mereka kurang mendapat apresiasi ketika berhadapan dengan persoalan harga atau budget desain. Fenomena “harga teman” inilah yang menarik untuk diteliti karena dengan alasan inilah banyak pengguna internet membuat sindiran melalui meme-meme yang diciptakan oleh para kreatornya.

MASALAH, TUJUAN, METODE DAN TEORI

Dari pemaparan pendahuluan diatas, permasalahan yang akan dibahas oleh penulis yaitu untuk mengetahui makna dan tanda atau semiotika visual pada meme yang telah penulis pilih secara acak yang diambil dari internet berkaitan dengan kehidupan desainer kemudian akan mendeskripsikan data atau meme yang telah dipilih tersebut. Menggunakan metode penelitian “catat dan simak” kemudian menggunakan teori semiotika untuk pembahasannya. Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani “*semeino*” yang berarti tanda. Tanda itu sendiri di definisikan sebagai dasar konvensional yang dianggap mewakili sesuatu yang sebelumnya telah ada atau mewakili sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda dan hal hal yang tersembunyi dibalik sebuah teks, gambar, iklan, berita dan lainnya namun karena sifatnya yang kontekstual, hal ini tergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda tersebut juga merupakan hasil dari pengaruh berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berasal. Semiotika menurut Ferdinand de Saussure (1857-1913) adalah ilmu yang mempelajari peran tanda (sign) sebagai bagian dari kehidupan sosial. Semiotik adalah ilmu yang mempelajari struktur, jenis, tipologi, serta relasi tanda dalam penggunaannya di dalam masyarakat. Oleh sebab itu semiotik mempelajari relasi diantara komponen-komponen tersebut dengan masyarakat penggunaannya. Menurut Peirce, tanda (representamen) ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda dalam hubungannya dengan acuannya dibedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks, dan simbol. Menurut Kurniawan (2001) tanda memiliki empat hal yang dapat diuraikan sebagai berikut, pertama, substansi ekspresi, misalnya suara dan artikulator. Kedua, bentuk ekspresi yang dibuat dari aturan-aturan sintagmatik dan paradigmatis. Ketiga, substansi isi yang termasuk di dalamnya aspek emosional, ideologi, atau pengucapan sederhana dari petanda. Dan yang keempat yaitu bentuk isi, adalah susunan formal petanda diantara petanda-petanda itu sendiri.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan makna yang terkandung di dalam meme yang mengacu pada kehidupan desainer atau *designer's life*, serta menggunakan analisa wacana dan semiotika dalam menganalisa makna makna pada meme *designer's life* tersebut. Walaupun penelitian tentang meme telah banyak dilakukan, namun diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap masyarakat agar lebih menghargai pekerjaan/profesi desainer. Richard Dawkins menjelaskan bahwa internet meme merupakan murni sebuah penciptaan dari kreatifitas manusia, bisa pula diartikan sebagai “pembajakan sebuah ide” yang berkembang ke arah yang baru. Internet meme meninggalkan sebuah jejak sejarah pada media massa tidak seperti meme yang lainnya yang membuat mereka mampu untuk dianalisa. Untuk mengungkap makna yang terkandung dalam meme, pemaknaan secara konotatif dilakukan dan penulis menggunakan

analisis semiotika untuk menjelaskan pesan/makna yang terkandung dalam sebuah meme dengan menggunakan model segitiga makna Charles Sanders Peirce, yaitu tanda (sign), objek (object) dan interpretasi (interpretant). Menurut Peirce dalam Budiman (2004;25) sebuah tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu atau yang lain dalam beberapa hal/kapasitas. Sesuatu yang lain itu dinamakan sebagai interpretant (interpretasi) dari tanda yang pertama- pada gilirannya mengacu pada object (objek). Maka atas dasar ini Peirce mengadakan klasifikasi tanda melalui hubungan segitiga yang dikenal sebagai teori segitiga makna (triangle meaning theory).



Gambar 1. Tipologi Tanda

(Sumber: John Fiske, Cultural and Communication Studies)

Sebuah tanda mengacu pada sesuatu diluar dirinya sendiri objek, dan ini dipahami oleh seseorang dan ini memiliki efek di benak pengguna/interpretant. Interpretant bukanlah pengguna tanda, namun Peirce menyebutnya dimana mana sebagai “efek pertandaan yang tepat” yaitu konsep mental yang dihasilkan baik oleh tanda maupun pengalaman pengguna terhadap objek. Interpretant kata (tanda dalam setiap konteks akan menghasilkan pengalaman pengguna atas kata itu dan dia tak akan menerapkannya pada sebuah kolase teknik), dan pengamalannya dengan institusi yang bernama “sekolah” sebagai objeknya.

Semiotika berkaitan erat dengan bidang linguistik, yang untuk sebagian mempelajari struktur dan makna bahasa yang lebih spesifik. Desain komunikasi visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda (signs), gambar (drawing), lambang dan simbol, ilmu dalam penulisan huruf (typography), ilustrasi dan warna yang kesemuanya berkaitan dengan indra penglihatan. Bidang ilmu ini juga mempunyai hubungan komunikasi dalam bentuk verbal dan visual, maka pendekatan semiotik terhadap desain komunikasi visual pantas untuk diterapkan. Berdasarkan acuan diatas, maka penulis menggunakan teori semiotika yang diungkapkan oleh Saussure dan Peirce untuk menganalisa makna dari meme designer’s life serta mencari makna sosial yang terkandung dengan menggunakan model segi tiga makna Peirce, yaitu tanda (sign), objek (object), dan penafsiran (interpretant).

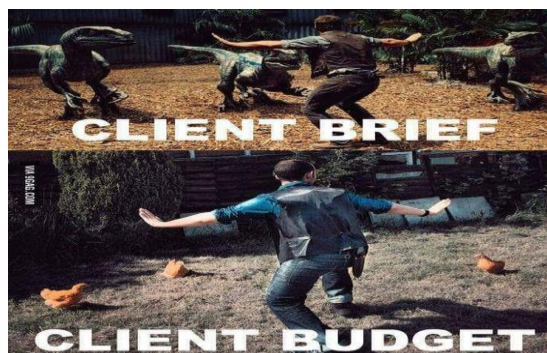
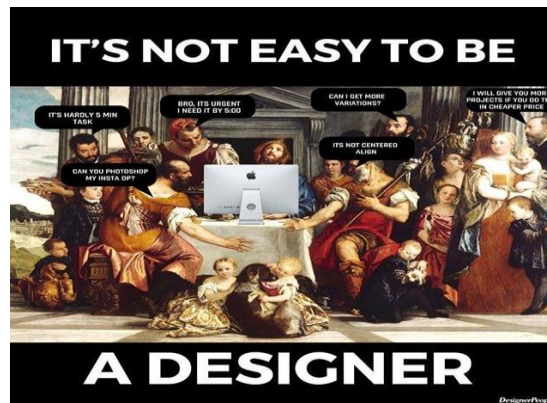
PEMBAHASAN

Dunia industri kreatif saat ini banyak menarik minat para konsumen atau pemilik usaha untuk menggunakan jasa para desainer dalam pembuatan logo, desain produk atau kemasan, periklanan, dan lainnya sebagai sarana branding atau promosi usaha mereka, namun tak jarang para klien seringkali kurang mengapresiasi hasil karya para desainer, sebagai contoh seorang desainer mendapat harga yang tidak setimpal dengan karya yang telah mereka kerjakan sesuai dengan apa yang diminta oleh klien. Banyak dalih dari “harga teman” hingga meminta desain “gratisan” seringkali dialami oleh para pekerja industri kreatif. Kurangnya penghargaan dan apresiasi terhadap karya seni dan ide yang tumpah ruah yang dihasilkan para desainer inilah kemudian banyak memunculkan meme meme provokatif yang bertebaran di media sosial, dan ini merupakan

sebuah bentuk protes dari sekian banyak desainer yang merasa banyak klien atau pengguna jasa mereka tidak mengerti arti dari sebuah proses karya seni, para klien terkadang menyepelkan atau menggampangkan pekerjaan/profesi seorang desainer. Tak jarang juga bentuk protes yang dihadirkan pada meme tersebut tidak saja mengejek para klien, namun juga mereka berusaha untuk membuka mata setiap orang bahwa seorang desainer juga profesi yang sangat dibutuhkan dan hendaknya para klien memperlakukan mereka dengan lebih bermartabat dan lebih menghargai profesi mereka.

1. Tanda

Bahasan pertama adalah mengenai tanda. Tanda dalam semiotik adalah gambar, rupa, bentuk dan warna



Gambar 2. Tanda (gambar,bentuk, rupa) beberapa meme designer's life (sumber: Google)

Dari ketiga gambar diatas rata-rata menunjukkan karakter yang sama yaitu penggunaan foto dan komik berbentuk persegi empat atau persegi panjang, dan diantaranya merupakan gabungan antara dua buah foto yang dijadikan satu disertai keterangan gambar serta berisikan komentar satire. Adapula gambar yang diambil dari lukisan terkenal kemudian di kreasikan sedemikian rupa berisi kalimat-kalimat yang biasa didengar oleh para desainer. Dua dari tiga gambar diatas menggunakan foto dengan gambar dan warna aslinya kemudian kembali dilakukan tambahan berupa editan pada gambar tersebut. Untuk gambar ketiga diambil dari adegan atau potongan adegan sebuah games atau film kemudian dilakukan proses editing sehingga muncul meme seperti gambar diatas.

2. Objek

Objek dalam semiotik adalah makna dari tanda-tanda yang ada pada gambar. Pierce berpendapat bahwa sebuah objek (atau objek semiotik) adalah subjek dari suatu tanda dan penafsir. Bisa apa saja yang bisa didiskusikan atau dipikirkan, sesuatu, kejadian, hubungan, kualitas, hukum, argumen, dan lain lain, dan bahkan bisa fiksi, misalnya Hamlet. Semua itu adalah benda khusus atau sebagian. Objek yang paling akurat adalah alam semesta wacana di mana objek parsial atau khusus berada. Misalnya, gangguan orbit Pluto adalah tanda tentang Pluto tetapi pada akhirnya tidak hanya tentang Pluto. Makna-makna yang terkandung dalam meme kehidupan desainer (designer's life) lebih banyak bernada satire atau berisi sindiran yang mengungkapkan realita kehidupan seorang desainer.

Pada objek berikut ini sang kreator menggambarkan bahwa betapa seorang desainer tidak selalu tercukupi secara materi. Sindiran secara halus disampaikan melalui meme ini, seorang desainer memberikan penyampaian kepada publik atau klien yang terkadang sering memandang pekerjaan dan karya mereka hanya sebelah mata. Serta pada gambar disebutkan, bahwa dalam praktek dan keseharian mereka, para desainer terkadang dihadapkan pada pilihan-pilihan yang sulit, dalam usaha untuk menciptakan karya, para desainer harus rela mengenyampingkan banyak hal demi memperoleh atau memiliki aplikasi baru guna membantu menyempurnakan hasil karya mereka. Dari meme inilah diharapkan para klien atau pengguna jasa desainer sadar bahwa seorang desainer menempuh pendidikan serta mengeluarkan biaya yang tidak sedikit dalam perjalanan kariernya, membutuhkan banyak alat bantuan (tools) aplikasi yang berbayar, kuota internet, dan yang terpenting adalah ide yang tidak datang dengan mudah.



Gambar 3. Objek (makna) Meme realita kehidupan desainer
Sumber : Google

3. Interpretant

Pembahasan yang terakhir yaitu adalah interpretant atau penafsir. Interpretant adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda, dalam hal ini penafsir adalah sikap dan pola pemikiran para kreator meme atau orang yang menggunakan tanda (meme) kehidupan desainer. Dari teori segitiga tersebut dapat dijelaskan keterkaitan antara tanda, objek dan pengguna tanda itu sendiri. Dalam artikel ini dapat dilihat sikap dan pemikiran para kreator meme desainer's life dan para netizen sangat majemuk atau beragam serta kebanyakan dari mereka memiliki pendapat yang sama. Beberapa dari meme tersebut seringkali dibagikan kembali melalui media sosial seperti instagram dan facebook atau para kalangan pengguna Whatsapp. Hasil dari tanda dan makna meme di atas, didapat penafsiran secara umum mengenai meme kehidupan desainer bahwa banyak terjadi ketimpangan antara pemilik desain dan pengguna jasa mereka. Artikel ini mengukuhkan korelasi yang erat antara tanda, objek dan penafsir. Bahasa satire atau sindiran yang sering digunakan oleh para kreator meme desainer diharapkan mampu menyentil sekaligus menyadarkan sifat para pengguna jasa desainer atau klien untuk merubah sikap mereka dalam menghargai para pekerja desain.

Seiring berkembangnya meme di media sosial, maka fenomena meme desainer's life lebih banyak mengandung unsur ironi dan sarkasme yang dikemas dalam bentuk humor. Satire memiliki tujuan untuk mengekspose dan mengkritisi kesalahan orang, sehingga sebuah satire selalu mempunyai fungsi kritik (Berger, 1997). Maka dari itu para kreator meme kehidupan desainer banyak menggunakan satire dalam meme mereka serta makna yang didapat sangat jelas bahwasanya terdapat kritik yang terang terangan ditujukan kepada para pengguna jasa desainer. Desainer acapkali menjadi korban oleh para klien yang kurang peka. Citra desainer pada meme menjadi bukti bahwa media sosial mempunyai andil dalam membentuk realitas. Media berfungsi sebagai sarana untuk mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai hidupnya sendiri yang pada gilirannya akan ia gunakan untuk melihat dunia. Dengan demikian konsumen media dapat mengetahui nilai-nilai lain diluar nilainya (Astuti, 2016). Kehadiran meme sebagai media komunikasi dipilih oleh kebanyakan pengguna jejaring sosial sebagai tempat untuk mengemukakan pendapat, pikiran dan perasaan. Dipilihnya internet dan media sosial sebagai sarana ruang publik virtual diharapkan mampu menjembatani pikiran kreator meme desainer's life kepada khalayak karena saat para kreator mengunggah meme mereka, diharapkan meme tersebut cukup menarik dari segi visual dan verbal sehingga para penikmat meme dapat dengan mudah dan leluasa memberi komentar terhadap meme tersebut.

Simpulan

Dari tulisan ini dapat disimpulkan bahwa kehadiran meme designer's life mengusung unsur "tanda" ataupun gambar yang beragam tentang kehidupan seorang desainer pada umumnya. Desainer yang dideskripsikan disini merupakan desainer yang jauh dari kesan berkelimpahan secara materi, sering mendapatkan klien yang tidak menghargai karya mereka, cidera janji, terlalu banyak tuntutan atau banyak maunya namun ingin membayar karya dengan harga murah. Adapula desainer yang rela menjual apa saja dari anggota tubuhnya demi untuk dapat berlangganan aplikasi baru guna membantu kemudahan mereka dalam pekerjaan. Bentuk berbagai meme tersebut berupa foto, adapun diambil dari lukisan terkenal kemudian disertai dengan bahasa satire dan ironi dan disajikan dalam bentuk humor. Warna yang digunakan dalam meme tersebut juga menggunakan warna asli dari foto yang digunakan sebagai meme. Meme dipilih karena dianggap sebagai media yang menjembatani pikiran sang kreator dengan publik sebagai alat

komunikasi visual yang bisa digunakan dengan bebas serta penyebarannya melalui media sosial.

Daftar Pustaka

- Astuti, Yanti. 2015. *Simulasi Realitas Sosial Melalui Media Sosial dan Aplikasi Instant Messaging di Cyberspace*. Jurnal Komunikasi Profetik Vol.8. Yogyakarta:Prodi Ilmu Komunikasi.
- Dawkins, R. 1989. "11.Memes: the new replicators".*The Selfish Gene* (Edisi Kedua) Oxford. Oxford University Press.
- Fiske, J. 2011. *Cultural and Communications Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Luthfi, A. (25 Februari 2015). *Asal Usul Fenomena Meme Internet*. Okezone.com
<http://techno.okezone.com/read/2015/02/24/207/1110093/asal-usul-fenomena-meme>
- Paul, J. 2009. "Meme Maps: A Tool For Configuring Memes in Time and Space" dalam *European Journal of Scientific Research* Vol.31 No. 1 (2009), pp. 11-18. Euro Journals Publishing.
Inc. Fenner School of Environment and Society Australian National University Canberra, Australia. <http://www.eurojournals.com/ejsr.htm>
- Peirce, Charles Sanders. 1982. "Logic as Semiotics: The Theory of Sign" . Bloomington: Indiana Universty Press.