

REPRESENTASI INDONESIA YANG TECERMIN MELALUI TUJUAN DAN SASARAN TUTUR MEME BERTEMA “KEINDONESIAAN” DI MEDIA SOSIAL

Sony Christian Sudarsono

Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma
Email: sony@usd.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan mendeskripsikan representasi Indonesia melalui meme bertema “keindonesiaan” di media sosial. Representasi tersebut diperoleh dengan menganalisis tujuan dan sasaran tutur meme yang diteliti. Pendekatan yang digunakan dalam artikel ini adalah pendekatan pragmatik kritis, yaitu perpaduan antara kajian pragmatik dengan analisis wacana kritis. Representasi yang ditemukan adalah Indonesia bercitra negatif daripada bercitra positif. Representasi tersebut tecermin melalui tujuan dan sasaran tutur meme. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meme bertema “keindonesiaan” di media sosial merupakan sarana kritik sosial baik bagi orang lain maupun bagi diri sendiri.

Kata kunci: *representasi, meme, tujuan dan sasaran tutur, pragmatik kritis*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi pada era digital tidak dapat dipisahkan dari media baru (*new media*) yang dikenal dengan media sosial (*social media*). Teknologi berbasis Web 2.0 ini sudah mengubah cara manusia berpikir dan mengungkapkan pikiran dalam rangka berkomunikasi. Media sosial memungkinkan seseorang mengetahui informasi di tempat jauh dengan waktu yang singkat tanpa harus bertatap muka dengan mitra bicaranya. Gagasan, gosip, hingga peristiwa mudah sekali menyebar dalam hitungan detik berkat media sosial.

Banyak aktivitas pun berubah cara kerjanya karena munculnya media sosial. Aktivitas membaca berita tidak lagi tergantung pada media-media tradisional

seperti koran, radio, dan televisi. Cara orang beriklan tidak lagi harus menggunakan pengumuman-pengumuman fisik atau harus repot-repot membayar mahal dengan menyewa ruang di media massa. Cukup dengan satu atau dua akun media sosial, kegiatan beriklan sudah dapat dilakukan dengan biaya yang relatif sangat murah atau bahkan gratis. Pun halnya dengan kegiatan berpolitik. Aktivitas berkampanye, menyosialisasikan program kerja, hingga mengkritik pemerintah dapat dilakukan dengan mudah lewat media sosial yang kini ada dalam genggamannya melalui gawai (*gadget*).

Media sosial menjadi menarik bagi para penggunanya mungkin karena salah satu perbedaan mendasar media ini dengan media-media massa konvensional adalah keterlibatan aktif para penggunanya. Media

sosial memungkinkan semua orang untuk menjadi produsen informasi, bukan hanya konsumen informasi. Partisipasi aktif para pengguna media sosial tersebut membuat mereka merasa dapat menunjukkan keberadaan dirinya dan mendapatkan pengakuan diri. Terlebih lagi, jangkauan media sosial jauh lebih luas daripada komunikasi konvensional tatap muka atau bahkan media massa sekalipun.

Keterlibatan aktif tersebut melahirkan konten-konten dari para pengguna media sosial yang sering disebut *status*, *private message* (PM), kicauan (*tweets*), dan lain-lain. Di antara konten-konten tersebut, meme merupakan salah satu produk yang populer dan menarik. Meme menarik untuk dibahas sekurang-kurangnya karena dua alasan, yaitu bersifat visual dan mengandung humor.

Meme biasanya mengandung gambar—bahkan video—sehingga memiliki kesan visual lebih kuat. Meme tidak hanya berisi teks verbal, bahkan ada meme yang tidak mengandung pesan verbal sama sekali. Dalam artikel ini meme yang dibahas adalah meme yang mengandung pesan verbal, baik bergambar maupun tidak bergambar. Jadi yang dikaji adalah pesan verbalnya, sedangkan gambar menjadi konteks bagi pesan verbal (bdk. Hart, 2016). Hal tersebut dilakukan mengingat penelitian ini merupakan penelitian bahasa.

Seperti halnya ciri yang pertama, meme memang tidak selalu bertujuan untuk melucu. Namun, sebagian besar meme yang beredar di dunia maya dapat dikatakan mengandung

kelucuan dan memancing seseorang untuk tertawa sehingga dapat dikategorikan sebagai humor. Oleh karena itu Adegoju dan Oyebode (2015) menyatakan bahwa sebagian besar bentuk humor di internet berupa meme.

Akhir-akhir ini meme muncul sebagai tanggapan atas kenyataan sosial sehingga secara tidak langsung meme di media sosial mencerminkan kenyataan sosial (Shiffman, 2014). Sudarsono (2015, 2017a, dan 2017b) membongkar representasi yang tecermin melalui meme. Sudarsono (2015) membongkar dominasi semu perempuan atas laki-laki dalam meme bertema pacaran. Perempuan digambarkan lebih superior dibandingkan laki-laki, namun secara negatif. Alih-alih ingin meninggikan derajat perempuan, meme-meme tersebut justru menjelekkan perempuan. Sudarsono (2017a) menganalisis meme bertema jomblo dan menemukan bahwa ada pendiskreditan terhadap kaum jomblo dan sekaligus resistansi dari para jomblo. Sementara itu Sudarsono (2017b) menelaah wacana meme “Awas Itu Hoax” dan menemukan bahwa ketidakjujuran yang tergambar dalam wacana meme “Awas Itu Hoax” mencerminkan beberapa prasangka—yang cenderung negatif—terhadap representasi masyarakat Indonesia.

Hal semacam itu juga tampak dalam meme-meme bertema “keindonesiaan” dan yang secara khusus memakai ungkapan “Welcome to Indonesia” seperti dalam contoh berikut.



Alih-alih memberi sambutan selamat datang, ternyata kedua meme di atas menunjukkan “ketidakberesan” yang ada di Indonesia. Meme (1) menggambarkan bahwa di tempat ibadah, orang justru mencari pokemon (salah satu *game online*). Meme (2) tidak kalah ironis. Indonesia digambarkan sebagai tempat hoaks atau kabar bohong diyakini kebenarannya.

Hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini adalah representasi Indonesia yang tecermin dalam wacana meme. Kedua contoh (1) dan (2) ternyata merepresentasikan prasangka tertentu. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam artikel ini adalah, “Bagaimana representasi Indonesia yang tecermin dalam wacana meme bertema “keindonesiaan” di media sosial?” Tema “keindonesiaan” dipilih karena datanya produktif, variatif, dan diduga mencerminkan kenyataan sosial tertentu, serta tentu untuk memfokuskan penelitian.

2. LANDASAN TEORI

Representasi berkaitan dengan bagaimana seseorang, kelompok, peristiwa, benda, gagasan atau pendapat ditampilkan dalam wacana (Eriyanto, 2001: 113). Representasi dalam dunia jurnalistik bukanlah fakta yang sebenarnya, tetapi merupakan laporan atas fakta itu (Oetama melalui Barus, 2010). Laporan tersebut disusun berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan ideologi yang dianut

penulisnya. Sebuah fakta yang sama dapat dilaporkan secara berbeda oleh dua orang wartawan yang berbeda, apalagi jika kedua wartawan tersebut mewakili dua institusi media yang berbeda pula.

Representasi menghubungkan makna dan bahasa dengan budaya. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang bermakna kepada orang lain. Ada tiga teori tentang bahasa yang digunakan untuk menghadirkan ulang dunia, yaitu reflektif (bahasa mencerminkan makna), intensional (bahasa mengekspresikan keinginan penutur), dan konstruktif (bahasa mengonstruksi makna) (Hall, 1997: 15). Dalam konteks wacana meme dalam penelitian ini, representasi yang ditunjukkan melalui bahasa bersifat konstruktif. Penggunaan bahasa dalam meme bertema “keindonesiaan” mengonstruksi konsep tertentu.

Meme yang dikaji untuk mengonstruksi representasi Indonesia dalam penelitian ini diedarkan melalui media sosial yang juga disebut media baru (*new media*). Bahasa dalam media baru berbeda dengan bahasa dalam media konvensional. Sebelum memahami bahasa dalam media sosial sebagai media baru, perlu dijelaskan terlebih dahulu apa itu media baru dan kekhasannya. Media baru disebut juga *social network sites*, dan boyd dan Ellison (2008: 211) menjelaskan:

[...] social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public

profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.

Dengan kata lain, media baru memberi kebebasan lebih bagi para peserta tutur untuk terlibat dan mengatur diri dan tuturannya.

Media baru juga dikenal dengan Web 2.0. Sistem ini tidak hanya memungkinkan individu yang satu terhubung dengan individu yang lain, melainkan juga memberi kesempatan setiap individu untuk terlibat menyebarkan, mengolah, dan melengkapi informasi secara bersama-sama. Oleh karena itu, kata kunci untuk memaknai media sosial adalah media komunikasi yang memungkinkan para peserta komunikasi untuk memproduksi informasi, berbagi informasi, bekerja sama, berkolaborasi, saling menanggapi antarpengguna dan membentuk sebuah ikatan yang bersifat virtual (Nasrullah, 2015: 8-11).

Analisis wacana terhadap wacana media sosial dapat dibagi menjadi empat level (Herring, 2004 dalam Herring 2013: 4-5), yaitu struktur, makna, manajemen interaksi, dan gejala sosial. Pada level struktur, hal yang dapat dibahas antara lain oralitas, formalitas, kompleksitas, efisiensi, ekspresivitas, genre, dan karakteristik wacana. Wujud bahasa yang dapat dianalisis antara lain tipografi, ortografi, morfologi, sintaksis, dan skema wacana. Adapun metode yang digunakan adalah linguistik struktural, analisis teks, dan stilistika.

Pada tataran makna, topik yang dapat dibahas antara lain apa yang dikomunikasikan dan apa yang dimaksud. Dimensi kebahasaan yang dikaji adalah makna kata-kata dan ujaran-ujaran. Alat untuk mengkajinya tentu adalah semantik

dan pragmatik, khususnya pragmatik siber (*cyberpragmatics*).

Khusus mengenai pragmatik siber, Yus (2011: 13) menjelaskan bahwa hal tersebut merupakan kajian pragmatik kognitif yang menelaah komunikasi bermedia internet (*internet-mediated communication*). Pragmatik siber menaruh minat pada bagaimana sebuah informasi diproduksi dan ditafsirkan melalui perangkat internet, bagaimana para pengguna internet menggunakan konteks informasi untuk mengisi kesenjangan antara apa yang mereka pikirkan di papan tik dan apa yang dimaksud.

Yus menjelaskan ada empat hipotesis yang mendasari pragmatik siber. Penutur dalam komunikasi berbasis internet berasumsi bahwa pesan yang ia sampaikan akan ditangkap dan ditafsirkan secara tepat oleh penerima tutur seperti apa yang ia inginkan. Di sisi lain, para pengguna internet menggunakan strategi penyimpulan saat mereka menafsirkan pesan sebagaimana komunikasi yang bersifat tatap muka. Para peserta tutur dalam komunikasi internet berasumsi mitra bicaranya dapat mengakses hal-hal penting tentang informasi kontekstual yang akan memungkinkan mereka sampai pada interpretasi tuturan secara tepat. Terakhir, jenis media siber seperti ruang *chatting*, surel, laman, dan lain-lain memengaruhi kualitas akses peserta tutur untuk mendapatkan informasi kontekstual yang dibutuhkan.

Pada tataran manajemen interaksi, peneliti dapat membahas interaktivitas, koherensi, dan pemilihan waktu ketika berinteraksi. Matra kebahasaan yang dilihat adalah giliran dalam percakapan, rangkaian percakapan, dan benang merah dalam percakapan. Cara mengkajinya menggunakan analisis percakapan (*conversation analysis*).

Terakhir, pada level gejala sosial, isu yang dapat diangkat adalah kekuasaan,

pengaruh, identitas, budaya masyarakat, dan representasi. Fenomena tersebut dilihat melalui ekspresi linguistik, permainan wacana, konflik, dan negosiasi.

Sementara itu, untuk membedah representasi sosial apa yang terkonstruksi, digunakanlah analisis wacana kritis (AWK). AWK memandang bahasa sebagai kekuasaan (*power*) (McHoul, dalam Asher dan Simpson, 1994: 940). AWK memandang bahasa sebagai praktik sosial (Fairclough, 1995: 135). AWK adalah sebuah tipe analisis wacana yang utamanya mengkaji penyalahgunaan kekuasaan sosial, dominansi, dan ketidakadilan yang direproduksi dalam teks dan percakapan dalam konteks sosial dan politik. AWK ingin melawan ketidaksetaraan sosial (van Dijk, 2001: 352).

Ada beberapa syarat dalam wacana yang harus dipenuhi supaya kajian kritis dapat efektif (Wodak, 1996: 17-20; Titscher dkk., 2000: 146; van Dijk, 2001: 353), yaitu (i) AWK mengkaji masalah sosial, (ii) relasi kekuasaan tidak tersambung dengan baik, (iii) wacana mengangkat masyarakat dan budaya, (iv) wacana mengandung ideologi, (v) wacana bersifat historis, (vi) ada hubungan antara teks dengan masyarakat, (vii) analisis wacana bersifat interpretatif dan eksplanatif, dan (viii) wacana merupakan bentuk dari aksi sosial.

3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah representasi dalam data berupa wacana humor meme bertema "keindonesiaan". Data didapatkan dengan mengunduh meme dengan tema tersebut dari media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan yang sudah beredar di berbagai blog atau laman. Data pun disediakan dengan menyimak penggunaan bahasa dalam meme tersebut kemudian mencatat satuan-satuan kebahasaan, baik berupa kata, frasa, atau kalimat. Metode

tersebut disebut metode simak dan teknik yang digunakan disebut teknik catat (Sudaryanto, 2015). Data kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema untuk mempermudah analisis data.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pragmatik kritis atau perpaduan antara pragmatik dengan analisis wacana kritis (Subagyo, 2010; 2012). Langkah kerja pendekatan pragmatik kritis dimulai dengan menganalisis aspek-aspek pragmatik dalam wacana seperti tujuan tutur dan sasaran tutur (dan aspek-aspek lain seperti tindak tutur, praanggapan, implikatur, dan deiksis). Temuan dari kajian pragmatik tersebut kemudian diinterpretasikan dengan pendekatan kritis. Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode padan pragmatik dan model analisis wacana kognisi sosial yang dicetuskan oleh van Dijk.

Metode padan pragmatik adalah metode yang alat penentunya berupa mitra bicara (Sudaryanto, 2015). Seperti saran Leech (1983), peneliti memosisikan diri sebagai orang ketiga atau pengamat/penonton dalam percakapan. Peneliti berusaha mengartikan isi wacana berdasarkan bukti kontekstual yang ada saja tanpa menjadi sasaran pesan tuturan. Peneliti mencermati setiap meme kemudian mengelompokkan meme-meme tersebut ke dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat dan menentukan tujuan tutur dan sasaran tuturnya. Tujuan tutur dapat diidentifikasi dengan cara menentukan verba atau tindakan dari setiap meme. Sasaran tutur dapat diidentifikasi dengan menentukan pihak-pihak yang disebut (*mentioned*) secara langsung maupun tidak langsung.

Setelah itu, peneliti menginterpretasikan citra masyarakat yang tecermin dalam tuturan-tuturan yang digambarkan dalam meme. Membongkar representasi perlu menggunakan pendekatan analisis wacana

kritis karena representasi terkait dengan bagaimana seseorang atau sesuatu ditampilkan dalam wacana (Eriyanto, 2001).

Model analisis wacana yang digunakan adalah analisis wacana model kognisi sosial yang dikenalkan oleh van Dijk (2009) yang menjelaskan bahwa wacana terbentuk dari hubungan antara teks, kognisi, dan masyarakat. Menurut van Dijk kognisi penutur (dalam hal ini pembuat meme) terkonstruksi secara dinamis oleh nilai, norma, dan gambaran dalam sebuah kelompok sosial dan terwujud dalam wacana atau teks. Teks tersebut pun mengandung ideologi. Ideologi sendiri merupakan struktur mental yang menyatakan kognisi sosial dan sikap kelompok masyarakat dan lembaga-lembaga sosial.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meme bertema “keindonesiaan” sebagian besar bertujuan tutur mengkritik. Kata *kritik* dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring* (2018) diartikan sebagai ‘kecaman atau tanggapan, atau kupasan kadang-kadang

disertai uraian dan pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat, dan sebagainya’. Menurut *Online English Oxford Living Dictionary*, *mengkritik* (*criticize*) berarti ‘menunjukkan kesalahan seseorang atau sesuatu dengan cara yang tidak menyenangkan’. Dari dua definisi tersebut, kata kunci untuk memahami mengkritik adalah ketidakberesan pada suatu sasaran atau objek. Ketika seseorang menunjukkan ketidakberesan pihak lain, orang tersebut sedang melakukan tindakan mengkritik.

Adapun sasaran tutur atau sasaran kritik dari meme-meme tersebut meliputi pemerintah dan perangkatnya, media massa, serta masyarakat pada umumnya. Sementara itu, isi kritikan meliputi masalah hukum, korupsi, penyiaran, hingga kebiasaan-kebiasaan negatif masyarakat Indonesia. Berikut ini dipaparkan bagaimana meme tentang Indonesia mencerminkan kondisi Indonesia.

Sasaran kritik yang pertama adalah pemerintah dan aparatnya. Dalam meme (3) dan (4) berikut tergambarkan bagaimana pemerintah dan kepolisian di Indonesia.



Pada data (3) dikatakan bahwa ketika harga minyak dunia turun tetapi harga BBM naik, berarti itu ada di Indonesia. Harga BBM ditetapkan oleh pemerintah. Meme tersebut mengimplikasikan sebuah kritik bahwa pemerintah Indonesia sebagai pihak yang memiliki kewenangan menentukan harga



BBM kurang mampu mengelola dan mengendalikan harga BBM.

Demikian pula dengan data (4) yang menyatakan banyak polisi Indonesia polisi di jalan ketika akhir bulan (tanggal tua). Polisi seharusnya bertugas setiap waktu, baik awal, pertengahan, maupun akhir bulan. Namun,

berdasarkan meme tersebut, polisi justru banyak berada di jalanan ketika akhir bulan. Akhir bulan dalam konteks kehidupan sehari-hari merupakan waktu ketika gaji bulanan seorang pegawai sudah mau habis. Melihat konteks tersebut, implikatur yang dapat disimpulkan adalah polisi tidak bekerja secara

optimal pada awal atau pertengahan bulan. Dengan demikian, meme (4) bertujuan tutur mengkritik kebiasaan buruk polisi tersebut.

Masalah berikutnya adalah masalah hukum. Hukum di Indonesia direpresentasikan secara negatif melalui meme-meme berikut.



Penegakan hukum di Indonesia dikritik melalui meme (5)–(10) dengan digambarkan bahwa hukum di Indonesia ada untuk dilanggar (5), dapat dibeli (6), dilanggar sendiri oleh penegaknya (7) dan (8), dan telah

terjadi ketidakadilan dalam penegakan hukum (9) dan (10).

Masih berkaitan dengan hukum, secara lebih spesifik meme-meme berikut menyoroti penegakan hukum dalam hal korupsi di Indonesia.



Penegakan hukum pada kasus korupsi mendapat perhatian khusus dalam meme di atas. Ada yang menyinggung soal masa tahanan (11), sikap pejabat yang justru tidak menyesal ketika korupsi (12) dan justru dibela (13), serta tahanan KPK yang bisa jalan-jalan keluar jeruji besi (14).

Pada data (11), dituturkan bahwa terjadi perbedaan penanganan yang ironis terhadap para koruptor. Di Tiongkok dan Arab Saudi para koruptor dihukum secara tegas dengan memenggal kepala dan tangan pelaku korupsi. Sementara itu, di Indonesia justru yang dipotong adalah masa tahanannya. Dengan kata lain, para pelaku tindak pidana korupsi justru tidak mendapat hukuman yang berat. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pada data (11) terdapat tindak tutur mengkritik yang ditujukan pada para penegak hukum di Indonesia.

Kritik yang lain disasarkan pada pelaku korupsinya. Hal tersebut tampak dalam data (12). Pada data tersebut dituturkan perbandingan tiga ilustrasi pelaku tindak korupsi dari Jepang, Korea Selatan, dan

Indonesia. Pelaku korupsi di Jepang digambarkan merasa malu dan pelaku dari Korea Selatan digambarkan melakukan tindakan mengundurkan diri setelah tertangkap melakukan korupsi. Sementara itu, pelaku korupsi di Indonesia digambarkan justru merasa tidak bersalah dan merasa menjadi korban dari sebuah konspirasi untuk menjatuhkan nama baiknya.

Kritik juga disasarkan pada orang-orang di sekitar para koruptor. Hal tersebut tampak dalam data (13) melalui tuturan yang menyatakan bahwa di Indonesia orang salah dibela sampai mati. Hal tersebut mengandung praanggapan bahwa ada yang membela para koruptor yang kemungkinan besar adalah orang-orang di sekitar pelaku koruptor itu sendiri.

Kritik juga disasarkan pada petugas penegak hukum, khususnya petugas lembaga pemasyarakatan (lapas) tempat para koruptor ditahan. Hal tersebut tampak dalam data (14). Dalam data tersebut dituturkan bahwa para tahanan KPK bisa bebas berjalan-jalan dan liburan ke luar tahanan. Seyogianya, hal ini

merupakan tanggung jawab para petugas lapas yang seharusnya menjaga supaya para tahanan tidak keluar dengan seenaknya.



Penyiaran khususnya televisi di Indonesia dikritik dalam hal isi siaran maupun cara menyiarkan acara. Isi siaran di Indonesia dianggap kurang bermutu karena ada *live report* orang melahirkan (15), sinetron yang kurang mendidik (16), dan mantan narapidana yang justru tenar di televisi (18). Selain itu, penyensoran di televisi Indonesia dikritik karena terlalu berlebihan seperti mengaburkan gambar senjata (17).

Masyarakat Indonesia juga mendapatkan kritik yang tidak sedikit dalam wacana meme di Indonesia. Isi kritikan berkaitan dengan ketidakjujuran, pendidikan, kebiasaan berutang, asmara atau percintaan, agama, lingkungan hidup, demokrasi, dan lain-lain. Karena alasan praktis, berikut ditampilkan meme-meme yang mewakili kritik terhadap masyarakat Indonesia.

Data (19) dan (20) berisi kritikan tentang integritas masyarakat Indonesia. Dalam data

Media penyiaran di Indonesia juga menjadi sasaran kritik meme tentang Indonesia. Hal tersebut tergambar dalam meme-meme berikut.

(19) dinyatakan bahwa demi jabatan dan nilai lebih dihargai daripada kerja keras dan kejujuran. Sementara itu, dalam data (20) dinyatakan bahwa bahan makanan di Indonesia bermasalah, seperti beras berplastik dan kue brownis yang mengandung ganja.

Data (21) dan (22) berisi kritikan terhadap pendidikan. Data (21) menyatakan bahwa orang yang terakhir mengumpulkan ujian dianggap bodoh. Sementara itu, data (22) menyatakan orang Indonesia justru bangga ketika membolos sekolah. Penekanan *tapi* pada data tersebut mengimplikasikan bahwa seharusnya membolos kuliah itu tidak malah bangga, melainkan perasaan yang lain.

Data (23) dan (24) berisi kritikan terhadap cara menghargai bakat dan prestasi warna negara sendiri. Data (23) menyatakan orang berbakat di Indonesia dibuang atau dengan kata lain tidak dihargai. Sementara itu, data (24) menyatakan ketika ada orang

Indonesia yang terkenal di luar negeri, tanggapan masyarakat Indonesia terlalu berlebihan.



Di tengah banyaknya meme-meme negatif yang menggambarkan Indonesia, ternyata masih ada meme-meme yang menunjukkan sisi positif Indonesia. Meme

sederhana bertuliskan “Bangga Menjadi Bangsa Indonesia” pada data (25)–(29) menjadi buktinya.





Selain itu, secara lebih spesifik, kebanggaan tersebut ditunjukkan dengan menonjolkan sisi kebinekaan di Indonesia seperti yang terungkap dalam meme (27) dan (28) di atas. Meme (27) memuat tindak tutur direktif mengajak atau menyuruh mitra tutur untuk berbahagia menjadi orang Indonesia. Alasan yang dikemukakan adalah meskipun beragam suku, budaya, dan bahasa, Indonesia tetap bisa bersatu. Hal tersebut berbeda dengan negara lain, seperti negara-negara Arab yang dituturkan dalam meme, yang justru terpecah belah karena perbedaan dan keberagaman.

Secara jenaka, kebanggaan atas Indonesia juga ditampakkan dalam meme (29) yang mengatakan bahwa orang Indonesia tidak takut setan dari luar negeri bahkan teroris sekalipun. Meme (29) menunjukkan keunikan orang Indonesia. Sosok Valak, hantu dalam film "Conjuring", dikenal sebagai hantu yang menyeramkan. Namun, orang-orang Indonesia justru membuat banyak lelucon tentang Valak tersebut. Sementara itu, peristiwa peledakan bom dan tembakan-menembak antara pelaku pengeboman

dengan aparat kepolisian di Jakarta memang sempat dilihat dari sisi jenaka ketika para warga tidak takut lalu bersembunyi. Para warga justru menonton dari jarak yang relatif dekat.

5. KESIMPULAN

Kajian meme bertema "keindonesiaan" dalam artikel ini cenderung menunjukkan citra negatif Indonesia daripada citra positifnya. Hal tersebut tecermin dari tujuan tutur dan sasaran tutur meme-meme tersebut. Secara umum tujuan tutur meme-meme bertema "keindonesiaan" adalah mengkritik. Adapun sasaran tuturnya meliputi pemerintah, media, dan masyarakat yang mencakup masalah kebijakan pemerintah, penegakan hukum, korupsi, kebijakan penyiaran televisi, hingga karakter masyarakat Indonesia pada umumnya.

Sebagian besar meme memancing tawa bagi pembacanya. Oleh karena itu, wacana meme bertema "keindonesiaan" ini dapat dikatakan sebagai wacana humor. Menurut Setiawan (dikutip Suhadi, 1989: 28), humor

merupakan rasa atau gejala yang merangsang orang secara mental untuk tertawa atau cenderung tertawa. Adapun jenis humor yang disajikan merupakan humor satir mengingat ada kritik sosial yang menyertainya.

Meme-meme pada kajian ini dapat dikatakan sebagai bentuk kepedulian masyarakat Indonesia untuk memperbaiki keadaan bangsa yang memang dalam keadaan yang tidak ideal. Kritik baik yang bersifat kepada pemerintah maupun kritik kepada diri sendiri sangat dibutuhkan untuk menjaga demokrasi bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adegoju, A. dan Oyeboode, O. 2015. "Humour as Discursive Practice in Nigeria's 2015 Presidential Election Online Campaign Discourse". *Discourse Studies* Vol. 17(6). Halaman 643–662.
- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- boyd, d. dan Ellison, N.B. 2008. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication* Vol. 13(1).
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Fairclough, N. 1989. *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, N. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Hall, Stuart (ed.). 1997. *Representation*. London: SAGE.
- Hart, C. 2016. "The Visual Basis of Linguistic Meaning and Its Implications for Critical Discourse Studies: Integrating Cognitive Linguistic and Multimodal Methods". *Discourse & Society* Vol. 27(3). Halaman 335–350.
- Herring, S.C. 2013. "Discourse in Web 2.0: Familiar, Reconfigured, and Emergent". Dalam Tannen, D. dan Trester, A.M. (eds). *Discourse 2.0*. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. 2018. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kritik>. Diakses pada 20 Januari 2019 pukul 20.00 WIB.
- Leech, G. 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Online English Oxford Living Dictionary*. (t.t.) <https://en.oxforddictionaries.com/definition/criticize> Diakses pada 20 Januari 2019 pukul 21.00 WIB
- Shifman, L. 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: The MIT Press.
- Subagyo, Paulus Ari. 2010. "Pragmatik Kritis: Paduan Pragmatik dengan Analisis Wacana Kritis". Artikel dalam *Jurnal Linguistik Indonesia*, Vol. 6, No.2, Oktober 2010, hlm. 24-35.
- Subagyo, Paulus Ari. 2012. "Bingkai dalam Wacana Tajuk tentang Terorisme: Kajian Pragmatik Kritis atas Editorial *Suara Pembaruan dan Republika*". Disertasi. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Sudarsono, Sony Christian. 2015. "Citra Dominasi Perempuan dalam Wacana Humor Meme Bertema Pacaran". Dalam *Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI) XXXVII*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Halaman 1004-1015.
- Sudarsono, Sony Christian. 2017a. "Diskreditasi dan Resistansi Jomblo yang Terepresentasi dalam Wacana Meme Humor". Dalam *Prosiding Seminar Tahunan Linguistik 5*. Bandung:

- Universitas Pendidikan Indonesia. Halaman 399–403.
- Sudarsono, Sony Christian. 2017b. "Representasi Masyarakat Indonesia yang Tecermin Melalui Ketidakjujuran dalam Wacana Humor Meme Awes Itu Hoax". *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya 15*. Jakarta: Pusat Kajian Budaya Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Halaman 21–25.
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Suhadi, Agus. 1989. *Humor itu Serius: Pengantar "Ilmu Humor"*. Jakarta: Pustaka Grafikatama.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., dan Vetter, Eva. 2000. *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: SAGE Publications.
- van Dijk, T.A. 2001. "Critical Discourse Analysis". Dalam Schiffrin, Deborah; Tannen, Deborah; dan Hamilton, Heidi E. *Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell. Halaman 352-371.
- van Dijk, T.A. 2009. "Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach". Dalam Wodak, R dan Meyer, M. (eds) *Methods of Critical Discourse Analysis*. Second Edition. London: Sage Publication Ltd. Halaman 62-86.
- Wodak, R. 1996. *Disorders of Discourse*. London and New York: Longman.
- Wodak, R. dan Meyer, M. 2009. "Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology". Dalam Wodak R. dan Meyer, M (eds). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Second Edition. London: Sage Publication Ltd. Halaman 1-13.
- Yus, F. 2011. *Cyberpragmatics: Internet-mediated Communication in Context*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.