

REPRESENTASI MEME JOMBLO DALAM SITUS JEJARING SOSIAL TWITTER (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

By: Natasha Cindy

Email: *natasha.cindy02@gmail.com*

Counsellor: *Dr. Yasir M.Si*

Jurusan Ilmu Komunikasi-Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63272

ABSTRACT

Internet usage in Indonesia for accessing social networks is quite high, one of them is the usage of Twitter social networking. There are a new things that become a trend in recent years, it's a meme which is become a new culture on the internet .Single meme is one that caught the attention of netizens, jomblo are often we hear in everyday life. This study aims to determine how the meaning of denotation, conotation and myth are represented in single meme on Twitter social networking.

Method of this reseearch is qualitative research method with Roland Barthes' semiotic approach. Data was collected through documentation, and library research. Data analysis unit in this research consist of 2 comparasion of meme jomblo and 2 non comparasion of single meme which is often share in Twitter.

Based on this research represented tha the main character of single meme is always a man. Single status is also often compared to dating people and long distance relationship. Single status is closely associated with the internet, the internet became the savior of the life of a single. Women in single meme represented as a women who is materialistic.

Keywords : *Representation, Jomblo Meme, Twitter, Semiotic.*

PENDAHULUAN

Global web index sebuah perusahaan riset yang meneliti pasar konsumen digital pada tanggal 13 maret 2014, baru-baru ini menunjukkan negara-negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak serta perkembangan jumlah pengguna paling pesat di dunia dalam lima tahun terakhir. Di asia, sebanyak 653 juta orang berlangganan paket data agar dapat mengakses internet melalui *handphone*. Asia tenggara ialah wilayah yang paling berpusat pada *mobile* dengan tingkat penetrasi 109 juta persen. Cina menempati posisi pertama pengguna internet terbanyak, dengan angka 463 juta orang sedangkan Indonesia menempati peringkat ketujuh dengan angka 58 juta orang pengguna internet (<http://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik/> di akses pada 11 Januari 2015 pukul 10.00 wib).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis hasil riset nasional terkait pengguna internet Indonesia selama kurun waktu 2014. Dijelaskan, ada penetrasi pengguna internet sebesar 34,9 persen. Penggunaan terbanyak yaitu 87,4 persen, nitizen mengakses internet untuk menggunakan jejaring sosial (<http://m.news.viva.co.id/news/read/606550-riset-masyarakat-indonesia-rajin-gunakan-jejaring-sosial> / diakses pada 10 Agustus 2015 pukul 19.00 WIB).

Jejaring sosial memang sudah lazim digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berbagai macam jejaring sosial dalam bentuk aplikasi yang dapat di unduh pada setiap *smartphone* pun memudahkan para *onliners* dalam berinteraksi di jejaring sosial yang mereka miliki. Mulai dari *chatting*, *update status*, hingga berbagi gambar dengan mudah dapat dilakukan. Salah satu kegiatan di jejaring sosial yang sedang populer saat ini ialah menyebarkan gambar-gambar meme yang sedang populer di masyarakat. Menyebarkan meme di internet terutama jejaring sosial telah terlebih dahulu dilakukan negara lain. Bisa kita lihat di *website* luar negeri seperti

situs 9gag.com, memebase.cheezburger.com, dan lain-lain.

Agus Bebeng, seorang wartawan foto LKBN ANTARA yang menjadi narasumber pada diskusi tentang “Lautan Citraan dalam Fotografi”, mengatakan bahwa;

“Kemunculan meme di Indonesia ini adalah fenomena sosial yang dilatarbelakangi oleh pola ungkap yang meluap sebagai indikasi dari proses demokrasi. Selain itu, keberadaan jejaring sosial yang sangat terbuka pun turut menjadi lahan yang sangat subur bagi proses pengembangbiakan meme. Tidak jarang meme juga dijadikan sebagai media perang wacana atau perang opini oleh yang berkepentingan (<http://news.indonesiakreatif.net/geliat-visual-meme/> di akses pada 11 Mei 2015 pukul 20.00 wib)

Kata-kata meme sudah lazim kita dengar beberapa tahun belakangan ini, meme bisa dalam bentuk gambar maupun video, dan menyebar sangat cepat di internet, meme bisa punah atau pun terus berkembangbiak, hanya meme populer lah yang akan terus bertahan. Meme juga bersifat bebas karena tidak memiliki hak paten, oleh sebab itu siapa saja dapat membuat meme dalam bentuk yang berbeda-beda secara terus menerus.

Dawkins, seorang ahli biologi dari Britania Raya, yang pertama kali memperkenalkan istilah meme. Meme berasal dari bahasa Yunani yakni *mimēis*, yang berarti tiruan. Meme dianalogikan sebagai gen, maka dapat diketahui bahwa meme memiliki ciri serupa dengan gen. Menurut Dawkins (2006: 215-220) dalam buku *The Selfish Gen* dijelaskan “...jika gen berkembang biak dalam kolam gen dengan meloncat dari tubuh ke tubuh melalui sperma dan sel telur, maka meme berkembang biak dalam kolam meme dengan meloncat dari otak ke otak melalui sebuah proses yang dalam pengertian luas, disebut imitasi.”

“Limor Shifman argue that internet memes are indicators of an active digital culture and are as such relevant for researchers interested in civic

participation also. Shifman's concept of the internet meme is based on the idea of 'memes', which goes back to Richard Dawkins 1976 book *The Selfish Gene*. Internet memes are more than just a fun pastime or simple jokes, but a part of a "(post)modern folklore" or shared culture of online participation. Memes can be thought of as a new form of civic participation (shifman, 2013 : 217-219)."

Shifman mengatakan bahwa meme merupakan indikator budaya digital aktif dan relevan untuk penelitian yang berhubungan dengan partisipasi masyarakat. Meme bukan hanya sekedar lelucon masa lalu atau lelucon biasa, tetapi merupakan bagian dari (pasca) cerita rakyat moderen atau berbagi budaya lewat partisipasi di dunia maya. Meme dapat dianggap sebagai bentuk baru dalam partisipasi masyarakat.

Di Indonesia sendiri meme sedang populer dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Munculnya website yang memunculkan gambar-gambar meme membuat masyarakat Indonesia semakin kreatif dalam menyampaikan informasi ataupun pesan melalui sebuah gambar. *Google Adwords Qualified Profesional*, Wahyu Munajat mengatakan bahwa "meme mulai booming di Indonesia sekitar 3 tahun terakhir, meme yang ada saat ini memang erat kaitannya dengan berbagai kejadian yang ada di masyarakat namun dikemas dengan lebih menghibur" (www.koranJakarta.com/?pg=Instagram_detail&berita_id=25123/ di akses pada 29 Maret 2015 pukul 16.00 wib).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa meme sedang populer di internet terutama dalam penyebarannya melalui jejaring sosial. Salah satu jejaring sosial yang menjadi medium dalam penyebaran meme yaitu twitter. Banyak akun di twitter yang sering mengunggah gambar-gambar meme. Tak jarang para netizen pengguna twitter sering meretweet kiriman yang mengandung gambar-gambar meme. Peneliti memilih untuk hanya fokus di meme percintaan yang muncul di twitter. Selama pengamatan dalam waktu beberapa bulan, peneliti menemukan adanya keunikan yang terdapat dalam

kiriman yang di unggah beberapa akun khusus penyebar meme. Percintaan seperti halnya yang lazim untuk di perbincangkan, bahkan hingga menjadi trending topik di twitter Indonesia.

"Keriaan di linimasa hari ini (18/06) terlihat dari bersemangatnya netizen mengcaukan tentang Hari Jomblo Sedunia dengan tagar #HariJombloSedunia. Sedari siang, tagar tersebut telah berada di jajaran topik populer linimasa Twitter Indonesia. Jomblo sendiri merupakan istilah slang dari tak memiliki pasangan hidup yang penulisan dalam Bahasa Indonesia sejatinya ialah Jomlo. Risalah hati para netizen langsung tumpah ruah di linimasa dan melalui #HariJombloSedunia juga hadir beragam meme kocak mengenai kisah jomblo" (<http://boomee.co/2015/06/11-meme-terkocak-di-hari-jomblo-sedunia/> di akses pada 20 Juni pukul 18.00 WIB).

Gambar 1. Salah satu meme tentang jomblo di twitter



Sumber : Meme Comic Indonesia 2015

Meme percintaan mengenai jomblo sering sekali muncul di jejaring sosial mana pun, termasuk twitter. Kata jomblo itu sendiri sebenarnya tidak baku, tapi masyarakat di Indonesia sudah sering menggunakan kata jomblo sebagai kata ganti status *single*. Di mana kata jomblo ini menunjukkan mengenai seseorang yang belum memiliki pasangan, dan masih berstatus lajang. Bahkan seorang mahasiswa bernama Katie meneliti tentang fenomena jomblo yang merebak di AS.

“Ada dua jaman yang berbeda. Seorang gadis yang hidup di jaman kini pasti akan sulit mendengar permintaan neneknya yang memintanya untuk segera menikah. Di jaman dulu rata-rata perempuan sudah menikah di awal usia 20-an. Namun kini kebanyakan justru mereka menikah di akhir umur 30-an. Bahkan mereka mengaku akan menikah jika sudah memiliki pekerjaan yang mapan” (<http://medan.tribunnews.com/2014/11/29/benarkah-jomblo-takut-keluar-di-malam-minggu#/> di akses pada 10 Juli pukul 13.00 WIB).

Sebuah taman di Bandung bahkan ada yang di buat untuk para jomblo, taman ini dibuat di bawah kolong jembatan Pasupati. Walikota Bandung Ridwan Kamil mengatakan bahwa populasi jomblo di kota kembang sangat banyak. Jadi pas rasanya bila taman tersebut diberi nama Taman Jomblo. Tapi tidak menutup kemungkinan yang tidak jomblo pun mampir ke taman ini. Anak-anak sekarang cenderung aktif dengan segudang aktivitas dan dukungan teman-temannya, meski mereka jomblo (<http://m.liputan6.com/health/read/798780/taman-jomblo-bentuk-peduli-walikota-bandung-pada-para-jomblo/> di akses pada 10 Juli 2015 pukul 13.00 wib).

Jomblo dalam meme dibuat seolah-olah seperti seseorang yang sangat memprihatinkan. Hanya sedikit meme yang pro terhadap status jomblo. Meme jomblo sering dibandingkan dengan pacaran dan LDR (*long distance relationship*). Dalam meme jomblo juga lebih banyak laki-laki yang menjadi tokoh utamanya. Pasti ada ideologi tertentu yang terkandung dalam meme jomblo. ideologi itu sendiri merupakan alat bagi kelas penguasa untuk membuat ide-ide (pemikiran) mereka diterima di dalam masyarakat sebagai sesuatu yang alami dan normal.

Karena setiap meme pasti memiliki makna yang tersirat di dalamnya. Bagaimana sebuah meme jomblo menggambarkan keadaan seseorang yang jomblo melalui tanda, simbol maupun ide-ide yang berkembang di masyarakat tentang jomblo itu sendiri. Oleh karena itu

penelitian ini guna merepresentasikan jomblo dalam meme percintaan dengan menggunakan metode semiotik. Sedangkan representasi itu sendiri berarti menggunakan bahasa untuk menyatakan sesuatu secara bermakna, atau mempresentasikan pada orang lain. Representasi dapat berwujud kata, gambar, sekuen, cerita, dan sebagainya yang mewakili ide, emosi, fakta dan sebagainya. Representasi bergantung pada tanda dan citra yang sudah ada dan dipahami secara kultural, dalam pembelajaran bahasa dan penandaan yang bermacam-macam atau sistem tekstual secara timbal balik. (Hartley, 2010: 265).

Dalam penelitian peneliti menggunakan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Barthes sebagaimana dijelaskan dalam Fiske (2004: 117) mengembangkan lebih lanjut gagasan Saussure dengan menekankan pentingnya interaksi antara pengguna tanda dengan tanda guna menghasilkan makna. Dengan mengacu pada analisis semiotika Roland Barthes tentang sistem tanda, peneliti akan menguraikan makna denotasi, konotasi dan mitos pada beberapa gambar meme percintaan jomblo yang muncul dalam situs jejaring sosial twitter. Adapun penelitian ini peneliti beri judul “**Representasi Meme Jomblo (Analisis Semiotika Pada Media Sosial Twitter)**”.

MEDIA SOSIAL

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kehadiran internet sebagai dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang sedang terjadi. Media sosial terdiri dari kata media dan sosial.

Secara sederhana, istilah media sosial bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari

berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Proses komunikasi itu sendiri memerlukan tiga hal, yaitu objek, organ dan medium (Nasrullah, 2015:3).

Sedangkan kata sosial dalam media sosial secara teori semestinyadidekati oleh ranah sosiologi. Menurut Durkheim (dalam Nasrullah, 2015:7), sosial merujuk pada kenyataan sosial (the social as social fact) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (software) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.

Menurut Marx (dalam Nasrullah, 2015:7), makna sosial itu merujuk pada saling bekerja sama (co-operative work). Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama, apa pun kondisinya, sebagaimana yang terjadi dalam proses produksi di mana setiap mesin saling bekerja dan memberikan kontribusi terhadap produk. Dalam kajian Marx ini, ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerja sama atau saling mengisi di antara individu dalam rangka membentuk kualitas bari dari masyarakat.

Dari berbagai definisi di atas atau pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah medium di Internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

JEJARING SOSIAL

Kemunculan situs jejaring sosial diawali dengan adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia (Watkins,2009). Situs

jejaring sosial pertama, yaitu Sixdegrees.com mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan tahun 2000, muncul situs sosial Lunarstrom, Live Jurnal, Cyword yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun demi tahun pun berjalan, situs jejaring sosial semakin berkembang. Friendster, Flickr, Myspace pada zamannya juga pernah tenar seperti Facebook dan twitter, sampai hingga sekarang begitu banyak pilihan jejaring sosial yang dapat kita nikmati hanya dengan bermodalkan sebuah smartphone.

Keberadaan situs jejaring sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi secara mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan menggunakan telepon (Aleman & Wartman, 2009:120-123). Selain itu dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat (Lin & Atkin, 2002:183).

Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi tidak terjadi hanya dalam pesan teks, tetapi juga termasuk dalam foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua posting (publikasi) merupakan real time, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi (Saxena dalam Nasrullah, 2015: 40).

MEME

Meme adalah sebuah ide, perilaku, atau gaya yang menyebar dari orang ke orang dalam budaya. Sebuah meme bertindak sebagai unit untuk membawa budaya ide, simbol, atau praktek-praktek yang dapat ditularkan dari satu pikiran ke yang lain melalui tulisan, ucapan, gerak tubuh, ritual, atau fenomena imitable lainnya dengan tema yang ditiru. Kata meme berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu mimeme (meniru gen), mimeisthai (hal yang ditiru) dan mimos (meniru).

Davison (2012) menegaskan bahwa meme merupakan bagian dari budaya, kadang sebuah lelucon yang muncul di internet dan ditransmisikan secara online. Patut diperhatikan bahwa meme tidak hanya sekedar lelucon, tetapi cerminan dari realitas offline hanya disajikan dengan visual yang menarik (Nasrullah, 2015 : 125). Meme terdiri dari dua aspek: yang pertama aspek visual di mana aspek ini menggunakan potongan gambar atau ilustrasi yang biasanya untuk menunjukkan emosi yang dirasakan. Kedua yaitu aspek teks, meme dapat dicirikan dengan adanya teks yang berada di antara visual (Nasrullah, 2015: 126).

Meme kemudian adalah “sebuah unit informasi dalam pikiran yang keberadaannya mempengaruhi peristiwa sehingga lebih banyak salinan dirinya bisa dibuat dalam pikiran lain” (Brodie, 1996:32).

“Limor Shifman argue that internet memes are indicators of an active digital culture and are as such relevant for researchers interested in civic participation also. Shifman’s concept of the internet meme is based on the idea of ‘memes’, which goes back to Richard Dawkins 1976 book *The Selfish Gene*. Internet memes are more than just a fun pastime or simple jokes, but a part of a “(post)modern folklore” or shared culture of online participation. Understanding this shared culture is relevant from a media studies as well as a political science perspective, as memes can be thought of as a new form of civic participation” (Shifman, 2013 : 15).

Berdasarkan penjelasan di atas, Shifman mengatakan bahwa meme internet merupakan indikator budaya digital aktif dan relevan untuk penelitian yang berhubungan dengan partisipasi masyarakat. Kembali pada buku *The Selfish Gene* karya Richard Dawkins, meme bukan hanya sekedar lelucon masa lalu atau lelucon biasa, tetapi merupakan bagian dari (pasca) cerita rakyat moderen atau berbagi budaya lewat partisipasi di dunia maya. Memahami pembagian budaya ini relevan dengan studi media seperti pandangan ilmu politik, meme

dapat dianggap sebagai bentuk baru dalam partisipasi masyarakat.

Percintaan

Suatu hubungan menjadi semakin kompleks ketika mulai melibatkan cinta dan kepercayaan pada pasangan. Hubungan percintaan dapat berupa ‘hubungan intim’, suatu istilah yang luas dan tidak menentu, di mana dapat meliputi berbagai asosiasi berbeda antara teman, pasangan, keluarga dan sanak famili (Gillies, dalam Putri 2003).

Cinta merupakan suatu emosi positif yang paling intens dan paling diinginkan oleh setiap orang. Kelley (dalam Sternberg, 1987) mendefinisikan cinta sebagai, “positive feeling and behaviour and communication to the stability of the force that affect an ongoing relationship.”

Untuk memahami dan menguraikan cinta secara mendalam, Sternberg (1987) memformulasikan *Triangular Theory of Love*, yang menjelaskan cinta melalui tiga komponen;

“Menurut Sternberg (dalam Sternberg & Barnes, 1988), cinta bukanlah suatu kesatuan tunggal, melainkan gabungan dari berbagai perasaan, hasrat, dan pikiran yang terjadi secara bersamaan sehingga menghasilkan perasaan global yang dinamakan cinta. Sternberg (1988) memiliki teori tentang cinta yang dikenal sebagai teori segitiga cinta (*The Triangular Theory of Love*). Dalam teori segitiga cintanya tersebut, Sternberg mencirikan cinta terdiri dari tiga komponen, yaitu keakraban atau keintiman (*intimacy*), gairah (*passion*), keputusan atau komitmen” (*decision/commitment*) (Sternberg, dalam Setiawan, hal : 2).

Percintaan pada saat ini sudah semakin berkembang dengan adanya istilah pacaran. walaupun pacaran bukan merupakan budaya asli Indonesia, dan ada beberapa agama yang menentang berpacaran. Namun dewasa ini pacaran menjadi hal yang lazim terjadi. menurut DeGenova dan Rice (2005), pacaran adalah menjalankan suatu hubungan dimana dua orang bertemu dan melakukan serangkaian aktivitas bersama agar dapat saling mengenal satu sama lain. Menurut

Bowman (1978) pacaran adalah kegiatan bersenang-senang antara pria dan wanita yang belum menikah, dimana hal ini akan menjadi dasar utama yang dapat memberikan pengaruh timbal balik untuk hubungan selanjutnya sebelum pernikahan di Amerika.

Dari pengertian di atas jelas bahwa pacaran berasal dari budaya barat, sejak lama negara amerika telah mengenal budaya pacaran. bahkan pada saat sekarang ada istilah lain untuk orang yang berpacaran namun dipisahkan oleh jarak yaitu long distance relationship atau yang biasa disebut (LDR). Menurut (Hampton, 2004) pacaran jarak jauh di mana pasangan dipisahkan oleh jarak fisik untuk periode waktu tertentu yang tidak memungkinkan adanya kedekatan fisik di antara mereka berdua.

JOMBLO

Kata jomblo sudah lazim kita dengar , biasanya kita menambahkan huruf 'b' setelah huruf m dalam kata jomlo menjadi jomblo, tapi sebenarnya kata jomblo tidak termasuk ke dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI). Justru kata jomlo tanpa huruf 'b' lah yang ada di dalam kamus besar bahasa Indonesia.

Di KBBI jomlo berarti gadis tua (kbbi.web.id), jomlo itu terdiri dari kata 'gadis' yang artinya ialah perempuan yang belum menikah dan kata 'tua' yang artinya ialah yang menandakan masa penantiannya. Oleh karena bahasa bersifat dinamis (berubah-ubah), arti kata jomlo ini kemudian menjadi luas, yang tak hanya digunakan untuk perempuan saja tetapi juga untuk laki-laki.

Sebuah artikel dalam koran Tribun Medan Sabtu, 29 November 2014 dengan judul "Benarkah Jomblo Takut Keluar Malam Minggu?" mengatakan bahwa:

"Seorang mahasiswi meneliti tentang fenomena jomblo yang makin merebak di AS. Ini adalah penelitian berbasis ilmiah yang diyakini akan merubah sifat dan kelakuan seorang. Satu penelitian bahkan menggambarkan bagaimana jomblo sama bahayanya dengan merokok atau obesitas. Karena penelitian ini membuktikan bahwa orang yang

berpasangan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kreativitas."

Dapat kita simpulkan bahwa jomblo ialah seseorang yang belum memiliki pasangan, jomblo semacam status yang diberikan kepada seseorang yang biasanya belum memiliki pacar atau baru putus dari sebuah hubungan. Bahkan di negara-negara lain pun ada hari perayaan khusus bagi para jomblo, seperti yang dikutip dari majalah Gadis , China, Korea dan Amerika memiliki hari perayaan untuk para jomblo.

IDEOLOGI DAN BUDAYA POPULER

Perkembangan media yang pesat menjadi sorotan utama karena hal itu juga yang telah mengubah lanskap budaya populer (popscape) masyarakat Indonesia kontemporer. Media dan budaya yang dipraktikkan, disebar, dipasarkan, dan dimediakan dalam kehidupan sehari-hari di tengah masyarakat Indonesia Kontemporer. Contoh-contohnya dapat diresapi sendiri lewat iklan, film, sinetron dan semua produk-produk media lainnya.

Memaknai media dan budaya secara lanskap berarti perlu secara kritis melihat bahwa pesan-pesan dan teks-teks media dan budaya pop yang sama akan berdampak dan diresapi secara berbeda oleh khalayak yang berbeda. Artinya, pengaruh media dan budaya populer dan resepsi serta konteks sosial-budaya khalayak tanpa mengesampingkan konteks distribusi dan konsumsi khalayak terhadap media dan budaya populer. Di sinilah negosiasi makna menjadi kekuatan simbolik dalam ritual komunikasi sehari-hari, di mana masing-masing kekuatan ekonomi, politik, dan ideologi saling bersaing untuk menguasai medan makna berdasarkan kekuatan simbolik yang mereka miliki dalam perbendaharaan budaya sehari-hari (Ibrahim, 2007)

Berangkat dari pemikiran Stuart Hall yang menyatakan bahwa budaya populer merupakan medan pergulatan yang mencakup muncul dan bertahannya hegemoni. Sehingga dampaknya, dalam konteks produksi sampai pada konsumsi teks-teks budaya media dan populer sehari-hari, kita terus mengkonstruksikan dan

menegosiasikan makna di tengah medan pertarungan ideologi dan hegemoni yang di satu sisi mengkomersialkan, disisi lain ingin mendemokratisasikan praktik-praktik budaya yang kita jalani dalam kehidupan sehari-hari.

Terdapat sejumlah definisi dari ideologi. Raymond Williams (1997) menemukan tiga penggunaan utama dari ideologi, yaitu :

1. Sebuah sistem karakteristik kepercayaan dari suatu kelas atau kelompok tertentu.
2. Sebuah sistem kepercayaan palsu-ide atau kesadaran palsu-yang dapat dikontraskan dengan kebenaran atau pengetahuan ilmiah.
3. Proses umum dari produksi makna dan ide (Fiske, 2012:269).

Bagi Marx, ideologi adalah merupakan konsep yang relatif sederhana. ideologi merupakan alat bagi kelas penguasa untuk membuat ide-ide (pemikiran) mereka diterima di dalam masyarakat sebagai sesuatu yang alami dan normal. Semua pengetahuan berdasar pada kelas: telah ditandai di dalamnya kelas di mana pengetahuan tersebut berasal dan bekerja untuk membela kepentingan kelas tersebut (Fiske, 2012: 280-281).

Teori-teori ideologi menekankan bahwa semua komunikasi dan makna memiliki dimensi sosial politik, dan bahwa kedua hal tersebut tidak dapat dipahami di luar konteks sosial. Teori Althusser mengenai ideologi sebagai praktik, bagaimanapun, tampak untuk melihat tidak adanya batasan terhadap ideologi, termasuk tidak ada batasan pada jangkauannya terhadap setiap aspek di dalam kehidupan kita, tidak pula memiliki batasan sejarah.

Kesimpulan logis dari teori Althusser adalah bahwa tidak ada jalan untuk bisa keluar dari ideologi, meskipun kondisi pengalaman sosial material kita berlawanan dengan hal tersebut, cara satu-satunya untuk memahami pengalaman tersebut selalu sarat dengan ideologi; jadi pemahaman yang dapat kita buat mengenai diri kita, hubungan sosial, dan pengalaman

sosial yang kita miliki melalui cara yang dipraktikkan oleh ideologi dominan.

Kita biasanya menganggap orang yang mengakses sebuah medium sebagai anggota khalayak, namun internet memiliki pengguna, bukan anggota khalayak. Setiap saat atau bahkan pada saat yang sama seseorang mungkin dapat menjadi pembaca konten internet maupun menciptakan sebuah konten di internet. Internet jelas berbeda dengan media-media yang lebih tradisional seperti koran, radio dan lainnya. Daripada mengubah hubungan antara khalayak dan industri, internet mengubah definisi komponen-komponen yang berbeda dalam proses komunikasi, dan sebagai hasilnya, mengubah komponen satu dan yang lain. Pada internet, individu tunggal dapat berkomunikasi dengan khalayak luas (Baran, 2012: 403)

REPRESENTASI

Representasi berasal dari bahasa Inggris, *representation*, yang berarti perwakilan, gambaran atau penggambaran. Representasi adalah sebuah proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan representasi ialah perbuatan mewakili, keadaan diwakili, apa yang mewakili (kbbi.web.id).

Representasi berarti menggunakan bahasa untuk menyatakan sesuatu secara bermakna, atau mempresentasikan pada orang lain. Representasi dapat berwujud kata, gambar, sekuen, cerita, dan sebagainya yang mewakili ide, emosi, fakta dan sebagainya. Representasi bergantung pada tanda dan citra yang sudah ada dan dipahami secara kultural, dalam pembelajaran bahasa dan penandaan yang bermacam-macam atau sistem tekstual secara timbal balik. (Hartley, 2010: 265).

SEMIOTIKA

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kosa kata Yunani, *semeion*, yang berarti tanda atau dalam bahasa Inggris adalah *sign*. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari sistem

tanda, seperti bahasa, kode, sinyal, dan sebagainya. Sementara tanda itu sendiri berarti sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, 1979: 16 dalam Sobur 2004: 95). Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, dan seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 1979: 16 dalam Sobur, 2004: 95).

Menurut Preminger, semiotika adalah ilmu tentang tanda yang menganggap bahwa fenomena sosial dan masyarakat itu merupakan tanda-tanda. Dalam hal ini semiotika difungsikan untuk mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Sobur, 2004: 96). Semiotika sebagai suatu modal dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Dengan ungkapan lain, semiotika berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode- kode yang dipasang agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan (Sobur, 2004: 97).

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda (sign), berfungsinya tanda, dan produksi makna. Semiotika memandang komunikasi sebagai proses pemberian makna melalui tanda yaitu bagaimana tanda mewakili objek, ide, sesuatu, dan sebagainya yang berada diluar diri individu. Semiotika digunakan dalam topik-topik tentang pesan, media, budaya, dan masyarakat. (Sobur, 2006: 70). Dapat dimaknai bahwa semiotika pada dasarnya, hendak mempelajari bagaimana manusia (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai (to signify) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (to communicate). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Kurniawan, 2001: 53).

TEORI INTERTEKSTUAL

Secara luas intertekstual diartikan sebagai jaringan hubungan antara satu teks dengan teks lain. Lebih dari itu, teks itu sendiri secara etimologis berarti tenunan, anyaman, penggabungan, susunan, dan jalinan (Ratna, 2007: 172). Menurut pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa intertekstual adalah hubungan antara teks yang satu dengan teks lain yang saling berhubungan. Teks itu sendiri adalah susunan kata yang membentuk makna.

Menurut Kristeva (dalam Ratna, 2007: 173) setiap tekas harus dibaca atas dasar latar belakang teks-teks lain. Pemahaman secara intertekstual bertujuan untuk menggali secara maksimal makna-makna yang terkandung dalam sebuah teks. Menurut pendapat tersebut intertekstual menggunakan dua karya sastra yang setiap teksnya berdasar latar belakang teks lain. Selain itu intertekstual digunakan untuk memaparkan makna yang terkandung di dalam teks dengan maksimal.

Jabrohim (2001: 135-136) menyatakan bahwa suatu teks itu penuh makna bukan hanya karena mempunyai struktur tertentu, suatu kerangka yang menentukan dan mendukung bentuk, tetapi juga karena teks itu berhubungan dengan teks lain. Sebuah teks lahir dari teks-teks lain dan harus dipandang sesuai tempatnya dalam kawasan tekstual, inilah yang disebut intertekstual. Prinsip intertekstual berarti bahwa setiap teks di baca sdan harus dengan latar belakang teks-teks lain, tidak ada sebuah teks pun yang sungguh-sungguh mandiri, dalam arti bahwa penciptaan dan pembacanya tidak dapat dilakukan tanpa adanya teks-teks lain.

Menurut teori intertekstual, pembacaan yang berhasil justru apabila didasarkan atas pemahaman terhadap karya-karya terdahulu. Dalam interteks, sesuai dengan hakikat teori-teori pascastrukturalis, pembaca bukan lagi merupakan konsumen, melainkan produsen, teks tidak dapat ditentukan secara pasti sebab merupakan struktur dari struktur, setiap teks menunjuk kembali secara berbeda-beda kepada lautan karya yang telah ditulis dan tanpa batas, sehingga

teks jamak. Secara praktis aktivitas interteks terjadi melalui dua cara, yaitu: a) membaca dua teks atau lebih secara berdampingan pada saat yang sama, b) hanya membaca sebuah teks tetapi dilatarbelakangi oleh teks-teks lain yang sudah pernah dibaca sebelumnya (Ratna, 2007: 174).

METODE PENELITIAN PENELITIAN KUALITATIF

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika, sebagaimana diungkapkan oleh Deddy Mulyana yang dikutip dari bukunya 'Metodologi Penelitian Kualitatif'.

“Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif” (Mulyana, 2003:150)

Secara terminologi, menurut Eco, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Tanda-tanda adalah sesuatu yang berdiri pada sesuatu yang lain atau menambahkan dimensi yang berbeda pada sesuatu, dengan memakai segala apapun yang dipakai untuk mengartikan sesuatu yang lainnya (Sobur, 2006: 95).

Bidang kajian semiotik atau semiologi adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks, yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya, agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan ungkapan lain, semiologi berperan melakukan introgasi terhadap kode-kode yang terpasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam sebuah teks. Seorang pembaca ibarat pemburu harta yang bermodalkan peta, harus paham terhadap sandi dan tanda-tanda yang menunjukkan di mana makna-makna itu

tersimpan dan kemudian dengan bimbingan tanda-tanda baca itu pintu makna akan terbuka (Sobur, 2006: 11).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meme jomblo memiliki beberapa ciri khas, yang pertama adanya tulisan kata-kata “jomblo” sebagai penegasan bahwa meme tersebut membahas tentang jomblo, kedua digunakannya karakter Forever Alone yang telah disepakati oleh para netizen sebagai lambang orang yang jomblo. Ketiga, adanya meme jomblo negatif dan positif, di dunia maya status jomblo terlihat sangat memprihatinkan, banyak jejaring sosial yang membahas tentang kengesan jomblo. Jomblo pun sudah menjadi hal yang lazim dibicarakan, dijadikan bahan lelucon bahkan ejekan di jejaring sosial, seolah-olah status jomblo itu sangatlah hina.

Dua meme jomblo perbandingan yang dipilih oleh peneliti, memperlihatkan bahwa adanya dampak positif dan negatif menjadi seorang jomblo. Dari gambar pertama diketahui bahwa jomblo berbeda dengan yang berstatus pacaran dan LDR. Disaat yang pacaran dan LDR mengungkapkan perasaannya kepada pasangannya, si jomblo pun ikut mengungkapkan perasaan sayangnya, namun kepada benda maiti yaitu komputer, bukan hanya di meme ini saja terlihat bahwa jomblo sangat erat kaitannya dengan komputer, internet dan sebagainya.

Jomblo dalam meme digambarkan tidak bisa lepas dari dunia maya begitu pula dengan meme non perbandingan nomor satu dan dua yang mengaitkan seorang jomblo dengan internet. Terlihat jelas pada meme nomor satu yang menyebutkan kegiatan jomblo setiap malam minggu yaitu facebookan dan twitteran sedangkan nomor dua dimana jomblo meminta kuota data internet kepada presiden agar mereka tidak ngenes akibat melihat orang berpacaran.

Tiga dari empat meme yang ada menunjukkan keterkaitan yang erat antara jomblo dan internet. Ini membuktikan bahwa meme tersebut mendukung adanya modernisasi. Masyarakat pada zaman

modern kini banyak mengalami perkembangan dalam kehidupannya, kini masyarakat mulai memasuki era informasi, dimana semua negara berusaha agar seluruh wilayahnya, lembaga pendidikan, lembaga masyarakat, lembaga pemerintah dan lainnya terhubung dalam satu jaringan, sehingga interaksi dalam berbagai aspek diseluruh dunia dapat dilakukan secara mudah dan cepat melalui telematika.

Modernisasi sering disamakan dengan industrilisasi dan pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya kini tradisi disamakan dengan ketinggalan zaman dan keterbelakangan, semua itu secara diam-diam mengandaikan bahwa modernisasi sebagai proses historis yang bertujuan jelas, tak terhentikan dan bersifat global yang berlangsung secara kurang lebih sama di mana-mana, masyarakat-masyarakat tradisional pun tidak bisa mengelak darinya dalam jangka waktu yang panjang (Muller, 2006: 83).

Modernisasi pun muncul karena adanya globalisasi yang membuat batas-batas dunia semakin cair. Globalisasi berangkat dari satu gagasan untuk menyatukan tatanan antarbangsa di seluruh dunia. Pada saat ini yang terjadi adalah ketika interaksi kebudayaan antarbangsa semakin intensif, maka sangat diperlukan ketahanan budaya yang tangguh. Karena globalisasi tidak hanya memberikan dampak positif namun juga negatif. Globalisasi yang didukung faham demokrasi dan liberalisme, lambat laun pun mengikis nilai-nilai budaya luhur dalam ideologi Pancasila. Pada bidang sosial, masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, mulai lupa dengan identitas diri bangsa Indonesia (Masduqi, 2011).

Penjelasan tersebut membuktikan bahwa meme jomblo mendukung adanya modernisasi dari efek globalisasi yang terjadi di Indonesia. karena mengapa harus internet, masih banyak hal lain yang menjadi budaya Indonesia yang tidak ditunjukkan disana. Misalnya saja bercengkrama dengan keluarga, bermain bersama teman sebaya, atau bahkan melakukan kegiatan positif lainnya seperti berkumpul bersama remaja masjid maupun gotong royong membersihkan lingkungan.

Masih banyak hal lain yang dapat dilakukan seorang jomblo selain berselancar di dunia maya.

Ada juga beberapa meme yang memperlihatkan bagaimana sikap laki-laki dan perempuan terhadap uang ketika mereka berstatus jomblo dan berpacaran. Terlihat jelas dalam meme tersebut bahwa laki-laki mempunyai banyak uang ketika jomblo dan sedikit uang ketika pacaran, keadaan pun berbalik dengan perempuan, karena perempuan terlihat memiliki banyak uang ketika pacaran dan malah mempunyai sedikit uang ketika jomblo.

Meme perbandingan isi dompet cewek dan cowok ketika jomblo dan pacaran memperlihatkan kaum feminis (perempuan), sebagai sosok yang materialistis. Terlihat pada saat ia jomblo isi dompetnya hanya ada sedikit uang, sedangkan ketika memiliki pacar, seketika dompetnya penuh dengan uang dan keadaan tersebut berbeda dengan laki-laki. Meme tersebut seperti menjelaskan bahwa ketika tidak memiliki pasangan, seorang perempuan memakai semua uangnya hingga habis, sedangkan ketika memiliki pasangan uang di dompet mereka utuh, dan uang di dompet laki-laki ketika memiliki pasangan habis tak bersisa. Seolah memberitahu kita bahwa perempuan menguras habis duit pasangannya ketika mereka berpacaran.

Meme tersebut jelas tidak mendukung kaum perempuan, meme tersebut terlihat memojokkan kaum perempuan. Meme ini mendukung kaum laki-laki, terlihat juga adanya penegasan akan hal tersebut dengan munculnya karakter Rage Face Yao Ming yang diiringi dengan kata "True Story" yang berarti kisah nyata. Jadi meme ini menegaskan bahwa benar perempuan itu seperti yang dijelaskan dalam meme tersebut. Seperti menegaskan bahwa perempuan tidak bisa mencari uang sendiri ketika telah memiliki pasangan, maka dari itu isi dompet laki-laki kosong dan perempuan penuh, seolah memberitahu bahwa semua uang laki-laki pindah ke dompet perempuan.

Suatu paham atau ideologi yang mengelompokkan masyarakat sosial yang

mementingkan garis keturunan bapak atau laki-laki adalah paham patriarki. Patriarki juga dapat dijelaskan dimana keadaan masyarakat yang menempatkan kedudukan dan posisi laki-laki lebih tinggi daripada perempuan dalam segala aspek kehidupan sosial, budaya dan ekonomi (Pinem, 2009 : 42).

Hegemoni laki-laki dalam masyarakat tampaknya merupakan fenomena universal dalam sejarah peradaban manusia di masyarakat manapun di dunia, yang tertata dalam masyarakat patriarki. Pada masyarakat seperti ini, laki-laki diposisikan superior terhadap perempuan diberbagai sektor kehidupan, baik domestik maupun publik. Hegemoni laki-laki atas perempuan memperoleh legitimasi dari nilai-nilai sosial, agama, hukum tersosialisasi secara turun-temurun dari generasi ke generasi (Darwin, 2001: 98).

Jadi berdasarkan penjelasan di atas, bahwa meme perbandingan isi dompet mendukung kepada ideologi patriarki. Patriarki erat kaitannya dengan ideologi kapitalisme. Eksisnya kapitalisme dan patriarki sebagai sistem yang independen namun berinteraksi satu sama lain. Media dimiliki oleh kaum kapitalis penguasa teknologi dan modal. Marshal McLuhan mengatakan, media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia (McLuhan dalam Rakhmat, 2005: 220).

Media menjadi alat penguasa untuk mempengaruhi ataupun membentuk ideologi suatu masyarakat. Media menyampaikan pesan secara hegemonis. Di dalam wacana media, wanita diposisikan bukan sebagai 'subjek' penggunaan bahasa, tetapi sebagai 'objek tanda' yang dimasukkan kedalam sistem tanda di dalam sistem komunikasi ekonomi kapitalisme (Piliang, 1998: 15).

KESIMPULAN

Adapun hasil dan pembahasan mengenai representasi meme jomblo dalam situs jejaring sosial Twitter adalah dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Meme jomblo di Twitter terdiri atas dua macam yaitu meme jomblo perbandingan dan non perbandingan, jomblo selalu dibandingkan dengan pacaran maupun LDR. Meme jomblo lebih banyak di dominasi oleh karakter Rage Face Forever Alone, yang di mana karakter ini biasa digunakan untuk mengekspresikan rasa kesedihan seseorang, dan menggambarkan seseorang yang sangat kesepian dan butuh perhatian. Jomblo dalam meme direpresentasikan sebagai orang yang kesepian dan tidak memiliki teman selain internet, terlihat dari beberapa meme yang diteliti bahwa seorang yang jomblo hidupnya tidak bisa jauh dari internet. Banyaknya meme yang menghina jomblo membuat netizen mempunyai pandangan bahwa menjadi seorang jomblo ada suatu hal yang memalukan, seolah membuat suatu pandangan bahwa pacaran itu lebih baik daripada jomblo.
2. Pada meme jomblo karakter yang menjadi jomblo ialah seorang laki-laki, selama peneliti melakukan penelitian, tidak ditemukan karakter perempuan menjadi tokoh utama jomblo. Dan juga perempuan dalam meme jomblo direpresentasikan sebagai seorang yang materialistis, terlihat pada meme perbandingan isi dompet yang membuktikan isi dompet wanita berbanding terbalik dengan laki-laki ketika mereka berpacaran, isi dompet wanita seketika penuh dan laki-laki kosong ketika pacaran. Realitasnya memang salah satu kriteria para wanita di Indonesia mencari seorang pasangan ialah berdasarkan materi, karena dituntut oleh budaya materialisme yang rata-rat dianut oleh masyarakat pada masa kini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2007. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- _____. 1998. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- Baran, Stanley J. 2012. Pengantar Komunikasi Massa, Melek Media dan Budaya. Jakarta: Erlangga
- Barthes, Roland. 2007. Petuangan semiologi. Yogyakarta: Jalasutra
- Basrowi. 2008. Memahami Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Dawkins, R. 2006. The Selfish Gene. New York, NY: Oxford University Press. (original work published 1976)
- Elcom. 2010. Twitter Best Social Networking. Yogyakarta: Andi
- Fiske, John. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- _____. 2004. Cultural and Communications Studies. Yogyakarta: Jalasutra
- Gulo, W. 2005. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT. Gramedia Widiasana. Indonesia
- Hall, Stuart. 1997. Representation: Cultural Representations dan signifying. Practices. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hartley, Jhon. 2010. Communication Cultural and media Studies: Konsep Kunci. Yogyakarta: Jalasutra
- Hoed, Benny H. 2008. Semiotika dan Dinamika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ibrahim, Idy Subandi. 2007. Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer. Yogyakarta: Jalasutra
- Jue, Arthur L. Jackie Alcade Marr dan Mary Ellen Kassotakios. 2010. Media social at work : How Networking Tool Propel Organizations Performance. San Fransisco: Jossey-Bass a Wiley Imprint.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktisi Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Madcoms. 2010. Facebook, Twitter, Plurk, dalam Satu Genggaman. Yogyakarta: Andi
- Mulyana, Deddy. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna. Yogyakarta: Jalasutra
- Shifman, Limor. 2013. Memes in Digital Culture. Boston, MA: MIT Press.
- Sobur, Alex. 2004. Analisa Teks Wacana: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- West, Richard & Lynn H, Turner. 2007. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. Jakarta : Penerbit Salemba

Sumber jurnal dan skripsi:

Shifman, L. 2013. Journal of visual culture: The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. (Diakses pada tanggal 28 Februari 2015 pukul 10.00 WIB).

Pusanti, Rosa Redia. 2014. Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014

pada Jejaring Sosial "Path" sebagai Era Kritik di Era Siber). (Diakses pada tanggal 20 Juli 2015 pukul 15.00 WIB).

Diomena. 2015. Representasi Sosial Dan Politik Di Amerika Dalam Lirik Lagu American Idiot Karya Kelompok Musik Green Day.

Sumber lain :

<http://news.indonesiakreatif.net/geliat-visual-meme> (Diakses pada 11 Mei 2015 pukul 20.00 wib)

<http://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik/> (Diakses pada 11 Januari 2015 pukul 10.00 wib).

<http://m.news.viva.co.id/news/read/606550-riset--masyarakat-indonesia-rajin-gunakan-jejaring-sosial> / (Diakses pada 10 Agustus 2015 pukul 19.00 WIB).

www.koranJakarta.com/?pg=Instagram_detail&berita_id=25123/ (Diakses pada 29 Maret 2015 pukul 16.00 wib).

<http://boomee.co/2015/06/11-meme-terkocak-di-hari-jomblo-sedunia> (Diakses pada 20 Juni pukul 18.00 WIB).