

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penelitian ini fokus pada pemahaman mengenai mitos *jokes meme* yang menggunakan perempuan di mana sebenarnya didalamnya berpotensi mengandung unsur kekerasan terhadap perempuan. Berdasarkan data yang didapat dikutip dari Liputan6.com (Agustinus Mario. 2015. <http://tekno.liputan6.com/read/2327025/pbb-73-perempuan-alami-kekerasan-secara-online>), PBB menemukan bahwa ada 73 persen perempuan yang mengalami kekerasan secara *online* atau *cyberviolence*. Dengan persentasi yang ditunjukkan PBB di atas bisa kita lihat bahwa kekerasan terhadap perempuan di dunia maya masih terbilang tinggi. Kekerasan ini bisa dibilang beragam karena, dikutip dari Female.kompas.com (Silvita Agmasari. 2016. <http://female.kompas.com/read/2016/04/24/150200420/Kekerasan.Pada.Wanita.di.Dunia.Maya.Kian.Mengkhawatirkan>) disebutkan bahwa bentuk pelecehan pada wanita di dunia maya beragam, mulai dari perkataan kasar, pencurian identitas, pemerasan, pornografi, dan masih banyak yang lainnya.

Bentuk kekerasan yang umumnya dilakukan oleh individu ketika berinteraksi di dunia maya diantaranya, menyampaikan pesan penuh amarah dan kebencian (*flaming*); pelecehan dengan mengunggah pesan-pesan tak pantas (*harassment*), pencemaran nama baik (*denigration*); melakukan pelecehan terhadap seseorang dengan menggunakan identitas palsu

(*impersonation*); penyebaran informasi yang tidak dikehendaki (*outing*); melakukan tipu daya untuk keuntungan pribadi (*trickery*), mengeluarkan individu dari interaksi sosial (*exclusion*); dan menguntit dan mengawasi korban (*cyberstalking*) (Willard, 2007: 5-11).

Bahasa dan konten dalam internet itu sendiri tidak berbicara kepada perempuan (Primo, 2003 : 43) dengan beberapa keterangan di atas memang jelas memperlihatkan adanya ketimpangan dalam internet di mana perempuan sendiri memiliki posisi sekunder dalam internet. Natasha Primo menjelaskan beberapa analisa yang sudah dilakukan memang isi internet sendiri didominasi oleh *maskulinist* dan yang ditampilkan cenderung *sexist* sehingga kejahatan seperti pornografi, *E-mail harassment* atau gangguan-gangguan yang dilakukan via email, *Flaming* atau berkata-kata yang mengganggu dan cenderung kearah cabul, dan *cyber-stalking* banyak terekam dalam internet. Tidak hanya sampai disitu, sekitar 10 persen isi atau yang dijual internet adalah hal-hal yang berbau seksual baik berbentuk bacaan, video, gambar-gambar, dan lain sebagainya. Lebih parahnya lagi, pada tahun 1995 sekitar 1,8 Juta perempuan menjadi korban dari illegal trafficking dan angkanya masih terus bertambah (Primo, 2003 : 45).

Internet sendiri memang menyediakan banyak konten melalui banyak jalur baik itu *browser* melalui *website* maupun media sosial, dan konten yang disediakan salah satunya adalah *jokes*. Namun dalam jokes sendiri Janet Bing (2007: 337) menyatakan perempuan seringkali dipandang sebelah mata dalam *jokes* atau lawakan. Mendukung pernyataan tadi, setidaknya ada tiga hal

mengenai humor seksual. Pertama, mudah ditemukan/dilihat dalam semua kalangan masyarakat. Kedua, *jokes* atau candaan disampaikan oleh laki-laki, yang mana pada umumnya lebih sering menjadi pencerita atau penyampai *jokes*. Ketiga, wanita sering kali menganggap *jokes* yang disampaikan laki-laki lebih lucu, meskipun *jokes* tersebut mengenai stereotipe gender, yang membuat *jokes* tadi akan tersampaikan lebih mudah (Rappoport, dalam Laineste, 2013 : 33-34).

Berdasarkan data di atas *jokes* sendiri pun bisa menjadi suatu hal yang secara tidak langsung menekan atau mengopresi perempuan. Salah bentuk *jokes* yang banyak beredar khususnya di dunia maya adalah *mimema* atau *meme*. Pada dasarnya *meme* adalah sebuah ide, sikap, gaya yang disebarkan dari orang ke orang melalui sebuah budaya. Namun, *meme* tidak sesederhana itu, *meme* bisa juga menjadi sebuah informasi (Blackmore, 2000: 65). Shifman (2013: 362) menjelaskan dalam bahasa sehari-hari *meme* sering diartikan sebagai “*internet meme*” yang merupakan penyebaran dari konten *jokes*, rumor, video, atau *websites* yang disebarkan dari seseorang ke orang lain melalui internet.

Salah satu media sosial dalam internet yang sering kali menyebarkan *meme* berupa *meme* berbentuk visual adalah media sosial *Instagram*. Berdasarkan data survey dari APJII (asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia) pada tahun 2016 data perilaku pengguna internet di Indonesia berdasarkan media sosial yang paling sering dikunjungi, *Instagram* berada pada posisi kedua setelah *Facebook*, dengan total 15% atau 19.9 Juta pengunjung

dari seluruh pengguna internet di Indonesia (APJII, 2016 dalam <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>)

Beberapa akun Instagram memang memperlihatkan *jokes* yang berbentuk *meme* namun juga dengan jelas memperlihatkan bagian-bagian tubuh wanita yang dijadikan bahan *jokes* tersebut atau minimal menjadi *background* dari jokes yang ditampilkan. Salah satunya adalah akun berikut yang sudah memiliki lebih dari 497.000 *followers* dan sudah memposting gambar dan *video* sebanyak 892 kali.

Gambar 1.1



Sumber : Instagram @Moduskalem

Pada dasarnya akun ini berbentuk akun komedi atau akun hiburan, namun dalam postingannya, komedi yang dibuat selalu menampilkan unsur sensualitas atau memperlihatkan wanita dan menunjukkan bagian-bagian badan pada wanita dan cenderung mengarah ke pronografi. Sebagai contoh beberapa postingan dari akun tersebut adalah sebagai berikut.

Gambar 1.2



Sumber : Instagram @Moduskalem

Gambar 1.3



Sumber: Instagram, Pencarian dengan #moduskalem

Dari gambar di atas yang perlu kita perhatikan adalah akun ini turut serta men-Tag akun lain seperti @javacomedy dan @dagelan yang berarti secara mudah gambar ini juga bisa dilihat dari kedua akun tersebut melalui bagian *Photos Of* dari kedua akun lain tersebut. Sebagaimana yang kita tahu @dagelan sendiri merupakan sebuah akun komedi yang populer di Instagram yang sudah memiliki lebih dari 11 Juta Followers mengutip dari liputan6.com (Dewi Widya. 2015. <http://teknoliputan6.com/read/2258713/6-akun-komedi->

[yang populer di Instagram](#)) menjelaskan bahwa salah satu akun komedi online lokal yang terkenal di Instagram adalah @dagelan. Mengambil dari dua sumber lain yakni autotekno.sindonews.com (SINDO, 2015. <http://autotekno.sindonews.com/read/1023227/133/akun-komedi-populer-instagram-1436773847>) dan brilio.net (Tony Febryanto, 2015. <https://www.brilio.net/life/12-akun-instagram-kocak-lucu-ini-wajib-kamu-follow-menghibur-151103j.html>) @dagelan muncul pada urutan pertama sebagai akun komedi lokal terpopuler di Instagram.

Selain konten dari akun ini mudah didapat, postingan akun @moduskalem ini juga sebagian besar bernuansa mengenai perempuan karena setelah dilakukan penghitungan, akun @moduskalem memiliki 829 postingan sampai pada 13 Desember 2016, hasil yang didapat hanya ada 299 postingan atau hanya 36,7% saja yang tidak berbau sensualitas dan memperlihatkan bagian bagian badan wanita.

Akun ini juga mencanangkan *hashtag* atau tagar #moduskalem, Pemrakarsa komunitas foto instagram iPhonesia, Aries Lukman mengatakan bahwa *hashtag* sendiri sebenarnya *folder* yang memudahkan pengguna instagram untuk mencari sesuatu (Aries Lukman dalam Arindra Meodia. 2015. <http://www.antaraneews.com/berita/511144/fungsi-hashtag-pada-instagram-telah-bergeser>) intinya dengan penggunaan *hashtag* konten yang kita buat akan lebih mudah untuk dicari. Berdasarkan pencarian yang dilakukan pada hari Sabtu 28 Januari 2016 menggunakan #moduskalem ternyata ditemukan sebanyak 12.815 *post* dan pada hari Minggu 29 Januari 2016 sudah berubah

menjadi 12.858 *post* yang tidak hanya berasal dari akun @moduskalem. Penggunaan hastag ini jelas merupakan sebuah langkah yang mempermudah pengguna *Instagram* mencari konten dari akun tersebut dan tidak menutup kemungkinan untuk mengkonsumsi konten tersebut.

Selain @moduskalem akun Instagram lain yang juga memperlihatkan *jokes* serupa adalah akun @mememodus.

Gambar 1.4



Sumber : Instagram @mememodus

Akun ini merupakan akun yang senada dengan akun @moduskalem. Akun ini juga bernada komedi namun juga dengan menampilkan perempuan sebagai media komedi mereka. Namun sedikit berbeda dengan @moduskalem, akun ini hampir tidak pernah men-Tag akun lain dari postingannya, akun ini terlihat me-regram beberapa gambar senada dari akun lain sebagai bagian dari postingan akun ini.

Gambar 1.5



Gambar 1.6



Sumber : Instagram @mememodus

Bisa dilihat sekilas dari foto *Feeds* atau postingan akun tersebut banyak foto yang menggunakan cap atau *twibbon* milik akun lain yang mana menjelaskan kepada kita bahwa akun ini membantu meyebarkan *jokes* seperti ini dan lebih memudahkan untuk publik mengkonsumsi hal tersebut. Selain itu



jika dilihat sekilas akun ini memang menampilkan foto perempuan lebih banyak dan lebih vulgar dibanding akun @moduskalem. Terbukti dari penghitungan yang dilakukan, sampai pada 29 Januari 2016 dari total 1680 foto ada 730 foto *meme* yang menggunakan wanita. Perhitungan selanjutnya didapatkan bahwa dari 730 foto tersebut sebanyak 203 foto merupakan foto *re-gram* atau *re-post* dari akun lain salah satu akun yang banyak di-*regram* adalah akun yang sebelumnya kita bahas yaitu @moduskalem sebanyak 37 foto.

Hal lain yang bisa kita lihat dari akun-akun meme seperti di atas adalah sebagai berikut

Gambar 1.7



Sumber : Instagram @mememodus

Gambar 1.8



Sumber : Instagram @mememodus

Bisa kita perhatikan pada dua gambar di atas yang berasal dari akun yang sama kedua gambar tersebut di-likes mencapai lebih dari 2000 pengguna dan dikomentari sebanyak lebih dari 200 kali oleh para pengguna *Instagram*. Melihat banyaknya yang menyukai dan berkomentar serta beberapa bentuk komentar yang terlihat tertawa atau sejenisnya yang memperlihatkan bahwa pengguna *Instagram* mengkonsumsi hal tersebut dan bisa jadi memaknai hal tersebut sebagai candaan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Melihat dari latar belakang yang sudah disusun, di mana ditemukan data pada tahun 1995 sekitar 1,8 Juta perempuan menjadi korban dari illegal trafficking dan angkanya masih terus bertambah (Primo, 2003 : 45). PBB pada tahun 2015 juga menjelaskan bahwa ada 73 persen perempuan yang mengalami kekerasan secara *online* atau *cyberviolence* (PBB dalam Agustinus Mario. 2015. <http://tekno.liputan6.com/read/2327025/pbb-73-perempuan-alami-kekerasan-secara-online>). Memperllihatkan bahwa dunia maya atau internet bisa menjadi sebuah tempat yang menekan perempuan. Data lain yang didapat Sekitar 10 persen isi atau yang dijual internet adalah hal-hal yang berbau seksual baik berbentuk bacaan, video, gambar-gambar, dan lain sebagainya, serta dikatakan juga bahwa memang internet sendiri berisi konten-konten yang dikuasai oleh maskulinitas dan dijual untuk laki-laki (Primo, 2003 : 45). Pengguna internet di Indonesia sendiri menurut APJII pada tahun 2016 dari 132,7 Juta pengguna, 52.5%nya adalah laki-laki (APJII. 2016. Dalam <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>) yang menjelaskan bahwa memang laki-laki mendominasi dunia maya.

Hal ini memperlihatkan kepada kita bahwa kekerasan terhadap perempuan memang mungkin terjadi, melihat apa yang ditampilkan dalam internet sendiri adalah konten untuk laki-laki. Internet sendiri memiliki beberapa saluran, yang salah satunya adalah media sosial *Instagram*. Pada ranah dunia, penghitungn terakhir pada September 2015 *instagram* merupakan media sosial yang memiliki pengguna terbanyak setelah *Twitter*, *Snapchat*, dan

*Pinterest*. Data menunjukkan bahwa *Instagram* memiliki lebih dari 400 juta pengguna aktif, *Instagram* mengalahkan jumlah pengguna *Twitter* (310 juta pengguna aktif), *Snapchat* (200 juta pengguna aktif), dan *Pinterest* (100 juta pengguna aktif) (Mediakix Team, dalam Ydigital, 2016. <http://ydigital.asia/ID/48-statistik-bantu-tingkatkan-strategi-posting-instagram/>) dan di Indonesia sendiri sebagaimana dijelaskan oleh APJII *Instagram* berada di posisi kedua media sosial yang paling banyak digunakan dengan total 15% atau 19.9 Juta pengunjung dari seluruh pengguna internet di Indonesia (APJII, 2016 dalam <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>.)

Melihat potensi *Instagram* yang banyak digunakan, tidak menutup kemungkinan bahwa *Instagram* juga menjadi salah satu tempat terjadinya kekerasan pada perempuan di dunia maya. Data terkait dengan *Instagram* sendiri adalah didalamnya *Instagram* menampilkan konten *jokes* berupa *meme* dan beberapanya menggunakan perempuan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam latar belakang, *meme* tersebut secara jelas menampilkan dan mengekspose bagian bagian tubuh tertentu dari wanita yang sebenarnya bisa menjadi sebuah kekerasan bagi perempuan yang dikonsumsi oleh pengguna *Instagram* yang bisa dilihat dari komentar, *likes*, dan kemudahan pendarian menggunakan *hashtag*.

Mengingat bahwa perempuan banyak mengalami kekerasan dalam dunia maya dan juga dipandang sebelah mata didalam *jokes*. *Meme* yang menggunakan perempuan sebagai salah satu bentuk *jokes* memiliki

kemungkinan mengandung mitos yang menaturalisasi suatu hal sehingga membuat kekerasan atau pelecehan menjadi wajar. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini akan melihat bagaimana pemaknaan pembaca akan mitos-mitos tersebut, apakah dimaknai sesuai makna dominan sebagai hanya sebuah *jokes* atau justru pembaca bisa kritis menanggapi mitos tersebut. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa *jokes* memiliki potensi menutupi kekerasan kepada perempuan dalam *meme*. Maka dari itu penelitian ini akan mencoba memahami mitos kekerasan dalam *jokes meme* yang menggunakan perempuan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pemaknaan terhadap mitos *jokes meme* yang menggunakan perempuan yang sebenarnya mengandung unsur kekerasan terhadap perempuan.

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

#### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan kajian dan variasi mengenai kajian media yang berkaitan dengan *second sex* pada perempuan. Istilah *second sex* bagi perempuan yang disebutkan oleh Simone de Beauvoir menjelaskan memang perempuan akan selalu ada dalam posisi sekunder dalam kehidupan berumah tangga, bekerja dan sejenisnya. Penelitian ini akan menjelaskan bahwa tidak hanya sekedar di kehidupan berumah tangga dan

bekerjanya, ternyata di dalam *jokes* pun perempuan berada dalam posisi *second* atau *other*.

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Hasil penelitian ini secara cetak maupun digital yang berbentuk jurnal online diharapkan bisa menjadi referensi bagi pembaca dan bisa memberikan informasi mengenai bagaimana sebuah *jokes* bisa dipandang umum atau lumrah sedangkan didalamnya terkandung unsur kekerasan pada perempuan.

#### **1.4.3 Signifikansi Sosial**

Secara sosial, penelitian ini juga diharapkan bisa memberkan pemahaman mengenai *meme* di media sosial khususnya *meme* yang menggunakan perempuan, yang sering kali mengarah kepada pelecehan terhadap perempuan namun dianggap *jokes* semata, sehingga pembaca bisa lebih cermat dalam menggunakan media sosial, khususnya *Instagram*. Hal ini dilakukan dengan cara literisasi media.

### **1.5 Kerangka Teori**

#### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berfikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas (Harmon, dalam Moleong, 2007 : 49). Paradigma yang digumanakan dalam

penelitian ini adalah paradigma Kritis, yang memiliki gagasan utama sebagai berikut (Littlejohn, 2009: 68-69).

- 1) Paradigma kritis ini mencoba memahami sistem, struktur, atau keyakinan yang dianggap sudah benar atau mendominasi masyarakat dengan pandangan tertentu di mana minat-minat disajikan oleh struktur-struktur kekuatan tersebut.
- 2) Paradigma ini tertarik dengan mempromosikan emansipasi atau mengarahkan kepada masyarakat yang lebih bebas dan berkecukupan dengan cara memahami penindasan dan menghapuskan ilusi-ilusi ideologi dan bertindak mengatasi kekuatan-kekuatan yang menindas
- 3) Penelitian dengan paradigma ini bertujuan untuk membuka jalan di mana minat-minat dan perilaku yang saling bertentangan dan berkonflik bisa teratasi demi kelompok tertentu, oleh karena itu paradigma ini sering kali menggabungkan diri dengan pemikiran-pemikiran atau minat-minat dari kelompok yang terpinggirkan.

Dalam kajian komunikasi, paradigma ini juga berfokus pada wacana dan teks-teks yang mempromosikan ideologi-ideologi tertentu, membentuk dan mempertahankan kekuatan, yang selanjutnya meruntuhkan pemikiran kelompok atau kelas tertentu (Littlejohn, 2009: 69).

Pemikiran lain yang dirasa sejalan dengan penelitian ini dari paradigma kritis adalah pada bagian *post-strukturalisme* yang memang berkaitan dengan penolakan akan suatu makna yang dianggap umum padahal didalamnya ada unsur penekanan atau penggeseran akan kelompok tertentu. Jaques Derrida mengatakan

bahwa inti dari *post-strukturalisme* ini adalah penolakan akan suatu universalisasi makna yang dibuat oleh desakan-desakan struktural, serta berfokus dan percaya kepada perbedaan-perbedaan dalam individu yang akan mempengaruhi kehidupan suatu individu (Derrida dalam Littlejohn, 2009: 72).

Paradigma ini dirasa cocok untuk penelitian ini karena paradigma ini melihat bagaimana suatu pemikiran bisa mendominasi pemikiran lain dan akhirnya berujung kepada penindasan akan suatu kelompok. Selain itu penelitian ini juga akan melihat bagaimana suatu hal akan dipahami dari audiens yang beragam yang memang sejalan dengan pemikiran post-strukturalisme.

Lebih khususnya dalam penelitian ini, bisa dilihat pada fenomena meme yang menggunakan perempuan tadi bisa membalikan budaya bisa membuat sebuah bentuk pelecehan terhadap perempuan seolah menjadi humor semata dan bukan suatu hal yang perlu dipermasalahkan. Hal ini jelas searah dengan cara pandang paradigma ini yang mengarah kepada emansipasi atau penanganan kepada penindasan suatu kaum akan dominasi dari pemikiran kaum lainnya.

### **1.5.2 *State of the Art***

Sebelumnya telah ada beberapa penelitian terdahulu yang juga menjelaskan *jokes* dan perempuan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Janet Bing (2007: 337-366) yang berjudul *Liberated Jokes : Sexual Humor in All-Female Groups*. Dasar dari penelitian ini adalah melihat bagaimana kondisi perempuan yang selalu berada pada posisi sekunder atau kurang bisa mewakili dalam sebuah lelucon. Ilmuan banyak mengatakan bahwa menceritakan lelucon,



membuat candaan adalah aktifitas yang dilakukan oleh laki-laki apa lagi pada tataran jokes yang berbau seksual. Tulisan yang dibuatnya berisikan tentang bagaimana perempuan juga seharusnya bisa bebas dalam bercanda atau menyampaikan lelucon.

Dalam tulisannya dijelaskan ada beberapa pandangan jika perempuan menjadi penyampai sebuah *jokes* apa lagi *jokes* yang mengarah kepada hal seksual atau *dirty jokes*, salah satu pandangan tersebut mengatakan bahwa jika perempuan sampai menyebutkan atau menceritakan sebuah *dirty jokes* maka sebenarnya dia telah melawan identitasnya sendiri sebagai seorang perempuan. Tetapi Bing tetap dengan pendiriannya bahwa tidak ada yang salah dengan perempuan yang menjadi penyampai sebuah jokes, meskipun dari kalangan ilmuwan sendiri banyak yang mengatakan hal tersebut bukan hal yang pantas.

Penelitian lain adalah penelitian dari Liisi Laineste (2013: 33-52) yang berjudul *Women in Estonian Jokes*. Tidak berbeda jauh dengan yang dilakukan Bing, Laineste juga menemukan fakta bahwa gender menjadi salah satu hal yang diutamakan juga dalam *jokes*. Tulisan dari Laineste ini menjelaskan tentang bagaimana *jokes* sering kali menyebutkan tentang karakter perempuan. Laineste menyebutkan ada sekitar 2000 jokes yang dia dapatkan dalam jokes kontemporer di Estonia. Data yang digunakannya ini menjelaskan bahwa jokes sendiri secara primer menjadi sebuah aktifitas yang dilakukan laki-laki dan cenderung membuat laki-laki menjadi lebih agresif, sehingga seterotipe gender pada *jokes* semakin terlihat.

Tulisan lain yang membahas perempuan dan humor datang dari Joanne R. Gilbert (1997: 317-330) yang berjudul *Performing Marginality: Comedy, Identity, and Cultural Critique*. Dalam tulisannya ini Gilbert membahas tentang dua *stand-up comedian* (atau yang biasa disebut *comics* atau komika) perempuan. Gagasan utama Gilbert disini adalah *stand-up* komedi bisa menjadi sebuah aksi autobiografis yang unik dan bersamaan dengan itu bisa ikut membangun identitas diri dan kritik-kritik sosial.

Komika perempuan menjadi sorotan karena komika perempuan sendiri akan mewakili dirinya sebagai kaum yang memang termarginalisasi. *Stand-up* komedi ini bisa menjadi sebuah media yang melawan dan membalikan semua hal tersebut, segala penyusutan nilai dan bagian-bagian di mana perempuan menjadi korban dalam budaya sehari-hari, bisa diekspresikan melalui komedi yang bisa berujung kepada pemahaman lebih lanjut akan posisi kaum perempuan di masyarakat dan bisa diadakannya perbaikan. Tidak hanya itu, hal ini juga bisa merubah posisi perempuan yang awalnya selalu dianggap *Laugh-at* atau yang ditertawakan, menjadi objek dalam *jokes*. Menjadi *Laughter* atau yang menciptakan tawa, tidak lagi menjadi objek dalam jokes.

Melihat dari beberapa penelitian di atas, bahwa secara jelas perempuan memiliki posisi sekunder dalam jokes, berdasarkan hal tersebut penelitian yang akan dilakukan saat ini juga berdasar dengan penggunaan objek perempuan sebagai bahasan dalam *jokes* khususnya yang dituangkan melalui *meme* di media sosial.

Penelitian mengenai meme sendiri beberapa sudah dilakukan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rosa Redia Pusanti (2014: 1-19), yang berjudul Representasi Kritik dalam *Meme* Politik. Penelitian ini berbitcara mengenai praktek politik yang disampaikan dengan menggunakan *meme meme* politik pada waktu pemilu 2014.

Dalam penelitian ini yang menjadi sorotan adalah tentang *meme* yang ternyata bisa menyampaikan pesan-pesan yang serius mengenai isu-isu politik pada pembacanya walaupun dalam bentuk yang ringan. Penelitian ini menjelaskan bahwa *meme* memiliki pesan yang ringan, namun padat, lugas, dan menghibur. *Meme* bisa menjadi sebuah *medium* yang memiliki peran serius untuk mengkomunikasikan isu-isu kepada masyarakat. Kepopuleran *meme* memainkan peran yang cukup aktif dalam mengkomunikasikan pesan pada masyarakat.

Penelitian dari Pusanti ini memnunjukkan bahwa meme, dengan segala keunggulannya bisa menjadi sebuah hal yang membentuk pemikiran masyarakat melalui humor-humor baik yang berbasis internet atau pun tidak.

Penelitian lain mengenai *meme* dilakukan oleh Carlos Muricio Castano Diaz (2013: 82-104), yang berjudul *Defining and Characterizing the Concept of Internet Meme*. Diaz dalam penelitian ini lebih mengarahkan kepada penjelasan tentang *internet meme* itu sendiri, namun memang dijelaskan bahwa *internet meme* sendiri dalam dunia komunikasi merupakan hal yang beprengaruh. Berpangaruh disini adalah dalam hal penyampaian pesan. Dijelaskan bahwa konsep dari *internet meme* sendiri adalah seperangkat informasi yang merepresentasikan pola, aturan, atau lambing-lambang peniruan atau imitasi.

*Meme* sendiri pada dasarnya sudah bersifat interaktif dan tidak membutuhkan *feedback* namun bisa menyampaikan pemikiran dengan baik.

Berdasarkan sifatnya tersebut *meme* sendiri bisa menjadi suatu hal baru dalam ranah ilmu komunikasi dan membuka penelitian yang lebih luas dalam bidang media dan konten dalam sebuah informasi.

*Meme* sendiri merupakan sebuah fenomena yang terhitung baru. Hal tersebut dituangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Aditya Nugraha (2015: 237-245) yang berjudul Fenomena *Meme* di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting *Meme* Pada Pengguna Media Sosial *Instagram*. Nugraha dalam penelitiannya ini menjelaskan bahwa media sosial yang bersifat maya sering menghasilkan fenomena-fenomena yang *booming* baik di kalangan pengguna media sosial itu sendiri maupun khalayak luas. Fenomena yang muncul dari media sosial di antaranya *jilboobs*, *selfie*, *trending hashtag*, dan *meme* (Nugraha, 2015: 238). Sementara itu *meme* sendiri bisa dikatakan sebagai proses penyampaian pesan dalam bentuk baru.

Poin utama penelitian Nugraha sendiri adalah menjelaskan pengguna *Instagram* yang mengunggah foto *selfie* lalu dijadikan *meme*. Para pelaku tersebut memiliki beberapa motif untuk melakukan hal tersebut dan hasil dari penelitiannya adalah motif utama pengguna *instagram* dalam mem-posting *meme* menggunakan foto *selfie* adalah motif ingin tahu. Penyebaran *meme* melalui komunitas-komunitas di media sosial, memunculkan rasa ingin tahu dan ketertarikan dalam diri informan untuk mengikuti tren. Motif kedua adalah motif menghibur, artinya adanya keinginan untuk menghibur followers dengan hasil-

hasil posting meme yang dilakukan. Motif ketiga adalah motif cinta, artinya dengan mendapat respon seperti likers dan komentar yang positif membuat informan merasa disukai oleh followers. Keempat, motif ekspresi. Informan ingin mengekspresikan meme yang mereka buat melalui foto selfie dan menandai bahwa posting meme yang dilakukan merupakan hasil karya mereka. Motif terakhir adalah motif harga diri. Artinya, informan merasa bahwa komentar yang diberikan oleh followers dapat memengaruhi perasaan atau harga diri informan.

Berdasar kepada hasil penelitian dari Nugraha, bisa dilihat bahwa dari *meme* sendiri merupakan fenomena baru yang ada di dunia komunikasi dan *meme* bisa menggerakkan seseorang dengan kelebihannya yang menjadi suatu hal yang *booming*.

Melihat bagaimana perempuan ada dalam posisi sekunder dalam jokes dan meme yang ternyata memiliki pengaruh besar dalam jokes. Hal baru yang akan diberikan penelitian yang akan dilakukan kali ini adalah akan berfokus dan mencari tahu apakah jokes meme yang menggunakan perempuan sebenarnya mengandung kekerasan didalamnya atau tidak. Selain itu, penelitian ini juga akan mencoba melihat bagaimana *meme* ini bisa memutar balikan budaya atau membentuk pemikiran dan dianggap wajar padahal ada unsur kekerasan dan pelecehan terhadap perempuan didalamnya, melalui jokes jokes yang menggunakan perempuan.

### 1.5.3 Diagram Fishbone

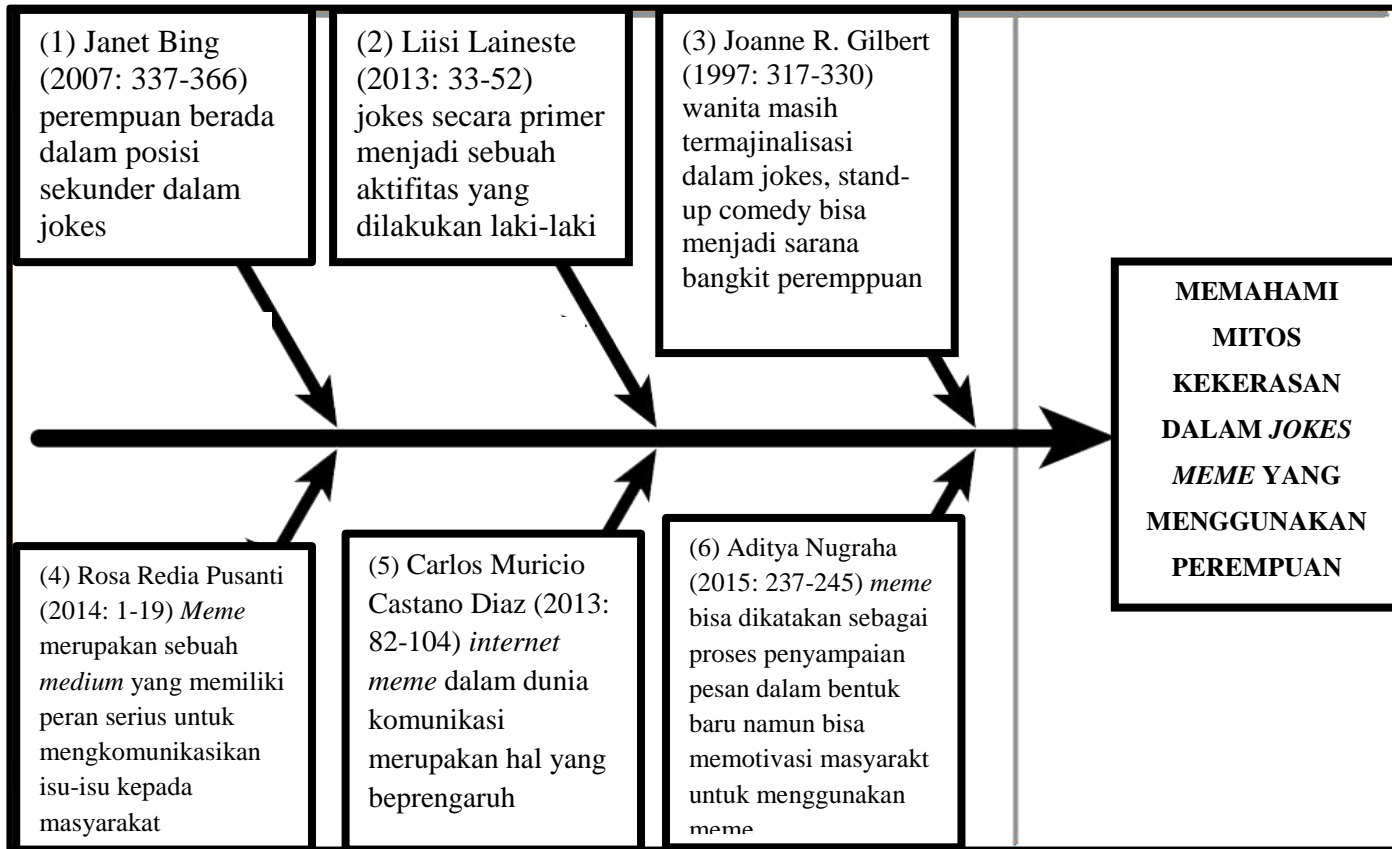


Diagram 1.1: Olahan Peneliti

Diagram di atas digunakan demi memudahkan penjelasan antara hubungan dari beberapa penelitian yang sudah ada dengan apa yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan. Bisa dilihat pada penelitian 1, 2, dan 3 adalah penelitian mengenai perempuan didalam *jokes*. Dalam beberapa penelitian sebelumnya perempuan dijelaskan memang berada pada posisi sekunder atau dikatakan *jokes* adalah tindakan laki-laki.

Selanjutnya, pada penelitian 4, 5, dan 6 menjelaskan mengenai *meme*. Diperlihatkan bahwa memang *meme* memiliki pengaruh dalam mengkomunikasikan suatu hal. Berdasarkan beberapa penelitian tersebut maka

akan dicoba dilihat bagaimana mitos kekerasan *jokes* pada *meme* yang menggunakan perempuan didalamnya.

#### **1.5.4 Teori Mitos**

Pada dasarnya mitos berasal dari bahasa Yunani *mythos* yang berarti “kata”, “ujaran”, atau “kisah tentang dewa-dewa” (Danesi, 2010 : 206). Melihat dari pengertian awal tentang kisah-kisah para dewa, ada penjelasan lain bahwa mitos dalam hal tersebut menunjukkan adanya sekumpulan ketidaksadaran pada spesies manusia yang dihasilkan oleh citra primordial, yang dia beri istilah arketip, yang terus berlanjut untuk mencari ungkapan melalui simbolisme dan pelbagai bentuk ungkapan (Jung, dalam Danesi, 2010 : 213).

Bronislaw Mallinowski menyatakan bahwa mitos tidak hanya sekedar kisah, tetapi realitas kehidupan yang benar-benar terjadi, mitos bukan fiksi, dan mitos hidup dalam ritual kita, mengatur mode-mode persepsi kita, dan mengendalikan tindakan kita secara tidak sadar (Mallinowski, dalam Danesi, 2010 : 213-214).

Mitos berperan menaturalisasikan makna, sehingga kita dapat melihat suatu makna yang seolah natural namun sebenarnya ada suatu hal lain yang tertutup karena makna tersebut, sebagaimana yang dijelaskan Roland Barthes mitos adalah sesuatu yang dideterminasi oleh wacana sosial, ia merupakan refleksi. Namun, refleksi ini terjadi secara terbalik, mitos terjadi ketika kultur dijungkir balik menjadi yang natural, atau ketika kualitas sosial, kultural, ideologis, dan historis terbalik menjadi hal yang natural (Barthes, 2010 : 171).

Mengambil pernyataan tersebut, hal ini dianggap terjadi pada *meme* yang menggunakan perempuan. Ada bentuk kekerasan terhadap perempuan dengan menggunakan foto-foto yang memperlihatkan bagian tertentu pada perempuan baik secara langsung maupun tidak namun tertutupi dengan pandangan bahwa itu hanya sebuah jokes semata. Maka dari hal tersebut, pada penelitian ini mitos akan digunakan sebagai alat untuk melihat bahwa sebenarnya ada budaya yang dibalik dalam *jokes meme* yang menggunakan perempuan, yaitu unsur kekerasan terhadap perempuan yang dianggap *jokes* semata dan dianggap wajar.

#### **1.5.5 Teori Humor**

Marten menjelaskan humor sebagai reaksi emosi ketika sesuatu terjadi tidak sesuai dengan yang diharapkan dan reaksi emosi tersebut menyebabkan tawa atau membawa kebahagiaan/kesenangan (Marten, dalam Fahri, 2013 : 13). Seiring perkembangan zaman banyak teori yang mencoba menjelaskan humor, namun pada zaman sekarang yang lazim dijelaskan sebagai humor adalah segala sesuatu yang membuat orang menjadi tertawa gembira (Setiawan, dalam Rahmanadji, 2007 : 215).

Humor sendiri dapat berfungsi untuk (1) melaksanakan segala keinginan dan segala tujuan gagasan atau pesan; (2) menyadarkan orang bahwa dirinya tidak selalu benar; (3) mengajar orang melihat persoalan dari berbagai sudut; (4) menghibur; (5) melancarkan pikiran; (6) membuat orang mentoleransi sesuatu; (7) membuat orang memahami soal pelik (Sujoko, dalam Rahmanadji, 2007 : 218).



Melihat fungsi humor di atas, humor sendiri memang bisa menjadi suatu media untuk menyampaikan ide yang bahkan sebenarnya ide tersebut merupakan sebuah ide yang berlawanan dengan budaya yang ada. Ide tersebut bisa ditoleransi oleh orang-orang karena berbentuk humor. Penelitian ini mengarah kepada *meme* yang memang masih bagian dari humor, dan *meme* sendiri merupakan salah satu media humor atau *jokes* yang dipakai di *Instagram*. Fokus yang dilihat penelitian ini adalah *meme* yang menggunakan perempuan tadi yang mana bisa dianggap wajar sebagai humor, terlihat humor digunakan sebagai media agar orang-orang bisa mentoleransikan sesuatu.

#### **1.5.4.1 *Incongruity Theory* (Teori Keganjilan)**

D. H. Monro mengatakan banyak ilmuwan mencoba menjelaskan humor, namun setiap ilmuwan pasti memiliki pengertian masing-masing akan humor, namun setidaknya untuk menggambarkan humor ada tiga teori besar yang bisa menjadi dasar atas humor yaitu *Superiority Theory* (Teori Superitas), *Incongruity Theory* (teori keganjilan) dan *Relief Theory* (teori pembebasan) (Monro, dalam Bardon, 2005 : 2).

Dalam penelitian ini yang akan diambil secara khusus adalah teori keganjilan atau *Incongruity Theory*. Secara umum mengenai teori ini, A. A. Berger menjelaskan dari sudut pandang teori ini, orang-orang akan tertawa mengenai apa yang membuat mereka terkejut, yang tidak diperkirakan oleh mereka, atau tentang suatu hal yang aneh namun tidak membahayakan diri mereka sendiri (Berger, dalam Meyer, 2000 : 313).

Menambahkan keterangan sebelumnya T.C. Veatch teori ini menjelaskan bahwa humor akan terjadi jika sesuatu yang seolah normal, namun sebenarnya ada yang salah didalamnya. Terkait dengan teori ini, penelitian ini akan melihat sesuatu yang tidak disadari dalam *meme* yang menggunakan perempuan yaitu sebuah tindakan kekerasan tidak langsung kepada perempuan, namun bisa dibentuk dan dilihat sebagai hal lain serta dianggap wajar (Veatch, dalam Meyer, 2000 : 313).

Bersamaan dengan mitos teori ini digunakan sebagai alat yang menjelaskan bahwa terkait dengan humor masyarakat bisa salah melihat sesuatu. Suatu hal bisa dimaknai normal padahal ada sesuatu yang salah didalamnya karena dikemas oleh humor khususnya pada penelitian ini adalah humor dari *jokes meme* yang menggunakan perempuan.

#### **1.5.6 Internet Meme**

*Meme* sendiri sebenarnya digunakan dalam istilah biologi dan sosiologi sebagaimana yang dijelaskan oleh Richard Dawkins dalam lingkup budaya manusia *mimeme* atau yang dipersingkat menjadi *meme* merupakan sebuah istilah baru untuk peniruan, pencernaan ide-ide baru melalui penyebaran budaya, atau sebuah bentuk imitasi budaya (Dawkins, 1989 : 171). Contoh dari *meme* itu sendiri seperti peniruan gaya pakaian, gaya berbicara, dan ide-ide lainnya. *Meme* diibaratkan akan menyebar dengan cara melompat dari otak ke otak atau yang disebut dengan proses imitasi (Dawkins, 1989 : 172). Pada dasarnya *meme* adalah sebuah ide, sikap, gaya yang disebarkan dari orang ke orang melalui sebuah

budaya. Namun, *meme* tidak sesederhana itu, *meme* bisa juga menjadi sebuah informasi (Blackmore, 2000: 65).

*Internet meme* sendiri secara kata sebenarnya berbeda dengan *meme* yang dimaksudkan oleh Dawkins tadi atau dengan istilah *meme* secara luas (Patel, 2013 : 250). *Internet meme* dimulai dari seseorang yang menciptakan *meme* itu sendiri, dengan menciptakan sebuah gambar yang nantinya akan disebarluarkannya dan mulai mempengaruhi orang lain untuk menciptakan gambar serupa, selanjutnya gambar tersebut benar-benar tercipta sebagai *meme* ketika sudah mudah untuk dikenal dan ditemukan di dunia maya atau internet, dan sama seperti yang dijelaskan oleh Dawkins *internet meme* sendiri sebenarnya menyebarkan ide-ide melalui sebuah proses imitasi, reproduksi, dan mutasi yang akhirnya membuat hal tersebut menjadi sangat populer (Patel, 2013 : 250).

Pada penelitian ini *meme* yang dimaksud adalah *internet meme* yang menggunakan foto foto perempuan dan menampilkan bagian tertentu pada perempuan yang memang mengarah kepada pelecehan terhadap perempuan itu sendiri, namun foto tersebut dikemas sedemikian rupa sehingga Nampak seperti jokes semata tanpa ada pelecehan didalamnya.

### **1.5.7 Perempuan dan Jokes**

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Simone de Beauvoir bahwa perempuan selalu berada pada posisi sekunder atau *second sex*, perempuan tidak lahir sebagai perempuan melainkan dibentuk menjadi perempuan (Beauvoir dalam Butler, 1990 : 1) ternyata hal ini juga berlaku didalam jokes.

Dalam berbahasa sehari-hari *women don't tell jokes* atau wanita tidak menceritakan sebuah *jokes*, dan lebih lagi perempuan akan sulit menerima *jokes* dengan waktu cepat, karena perempuan tidak memiliki *sense of humor* atau kepekaan terhadap humor (Lakoff, 1975 : 56). Dalam humor atau *jokes* perempuan sering kali dipandang sebelah mata, dan banyak ilmuwan yang mengatakan bahwa menceritakan sebuah *jokes* adalah peranan dari laki-laki (Bing, 2007: 337).

Ada sebuah konsep *women as "other"* yang dikatakan oleh Lissi Laineste (2013: 35). Humor juga berdasar kepada *juxtaposition* dari "*us*" dan "*them*" namun karena *joke-tellers* atau menyampaikan sebuah *jokes* selalu didominasi oleh laki-laki, perempuan sering kali menjadi model atau menjadi sebuah karakter dan berada pada posisi "*other*" dalam *jokes* (Laineste, 2013: 35). Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang dilakukan Liisi Laineste yang mengatakan bahwa posisi "*other*" ini terlihat dari representasi perempuan pada program televisi, penyampaian pendapat, iklan-iklan di media, dan lain sebagainya, yang jelas memperlihatkan bahwa perempuan hanya menjadi sebuah objek untuk dievaluasi berdasarkan penampilannya dan perempuan seringkali dijadikan gambaran atau wacana dari *jokes* yang diceritakan oleh laki-laki (Laineste, 2013: 35).

Dengan posisi perempuan yang sebagai objek jelas disini bisa kita lihat *jokes* pun seolah menjadi sebuah produk laki-laki, berdasar hal tersebut Laineste juga menambahkan bahwa *jokes* mengenai perempuan bisa dibagi menjadi empat kategori yaitu *location* (lokasi) yaitu di mana *jokes* tersebut diceritakan apakah perempuan itu didalam rumah, diluar rumah atau tempat-tempat lainnya, kategori

selanjutnya adalah *other characters present or mentioned in the joke* (karakter lain yang ada di dalam *jokes*) seperti anak, suami, teman dan sejenisnya, setelah itu adalah *sexual content* (konten seksual), yang dimaksud konten seksual disini sendiri apakah *jokes* yang diceritakan atau dibentuk itu berhubungan atau memiliki referensi dengan konten seksual atau pornografi atau tidak, dan terakhir *the role of the woman in the joke* (peran perempuan tersebut didalam *jokes*) apakah protagonis, antagonis, netral, atau sejenisnya (Laineste, 2013: 40).

Berdasarkan keterangan di atas, penelitian ini akan melihat *meme* yang menggunakan perempuan, di mana perempuan digunakan sebagai objek *jokes* didalam *meme* tersebut. Gambar-gambar perempuan dijadikan alat atau *background* untuk membuat sebuah *jokes meme* yang selanjutnya ditambah beberapa tulisan yang seolah menutupi dan menjadikan itu hanya sebuah *jokes* saja dan seringkali foto-foto *meme* tersebut selalu berhubungan dengan unsur seksual atau pornografi baik secara teks maupun gambar yang ditampilkan.

### **1.5.8 Teori Kekerasan Simbolik**

Pierre Bordieu menjelaskan bahwa kekekerasan simbolik adalah sebuah kekerasan yang halus, tidak terasa, dan tidak terlihat bahkan bagi korbannya itu sendiri, hal ini bisa menyerang kepada unsur-unsur simbolis seperti bahasa, lambang-lambang, stigma atau pemikiran, gaya hidup, dan yang paling menonjol dan sewenang-wenang adalah penyerangan pada properti jasmani seperti warna kulit, bentuk tubuh dan sejenisnya.(Bordieu, 2007 : 2)

Bahasa dan gambar adalah dua unsur krusial yang berkontribusi dalam sebuah kekerasan simbolis terutama kepada wanita. Melalui gambar dan bahasa, orang-orang membuat penilaian terhadap orang lain. Lebih lagi bahasa dan gambar digunakan untuk menunjukkan kekuatan dalam berbagai konteks sosial (Udasmoro, 2013: 157). Media sendiri menggunakan bahasa digunakan untuk memperkuat gambar dan membangun identitas gender (Gauntlett, dalam Udasmoro, 2013: 158).

*Meme* sendiri merupakan salah satu bentuk dari sebuah gambar dan teks, kedua unsur tersebut ada didalam *meme*. Lebih khususnya pada penelitian ini *meme* yang menggunakan perempuan ini akan diteliti lebih jauh karena dianggap melakukan kekerasan simbolis dengan segala unsur yang ada didalamnya baik berupa gambar maupun berupa teks.

### **1.5.9 Teori Khalayak Aktif**

Denis McQuail (2003: 71) menjelaskan bahwa asumsi yang mengatakan bahwa beberapa fungsi penting dalam masyarakat dipegang oleh media pada akhirnya akan kembali pada penentuan individu pemakai dalam menggunakan media tersebut. McQuail menambahkan bahwa masyarakat sendiri bisa berada dalam posisi konstruksionisme, di mana masyarakat bisa menegosiasikan atau menolak makna yang ditawarkan oleh media (McQuail, 2011: 111). Penejelasan dari McQuail tadi menyebutkan bahwa sebenarnya masyarakat bisa berperan aktif dalam menerima pesan yang disampaikan media, sama seperti Stuart Hall

yang berbeda pemikiran dengan Marxist yang mengatakan bahwa penonton akan secara sukarela atau pasif dalam menerima apa yang disajikan media.

Pemikiran Hall mengatakan bahwa sebenarnya audiens atau penonton juga memiliki kesadaran dan berperan aktif dalam penerimaan hal yang disampaikan media, sebagaimana yang dijelaskan Stuart Hall (dalam Baran dan Davis, 2012 : 257) yang mengatakan bahwa dirinya menemukan hal yang aneh dalam pandangan Marxist, di mana Marxist berpendapat bahwa para pencipta konten media menciptakan karyanya sebagaimana dominasi bangsa elit saat itu dan sebagai bentuk tipudaya untuk masyarakat kelas bawah berdasar hal tersebut masyarakat kelas bawah akan selalu diperdaya oleh media saat itu. Hall berpendapat bahwa dirinya keberatan dengan hal tersebut, penerimaan pada konten media bisa juga bergantung kepada audiensnya itu sendiri.

Berdasar kepada hal tersebut, untuk bisa meneliti tentang audiens aktif yang beragam, Hall menciptakan suatu pendekatan yang disebut *reception studies* atau *reception analysis*. Menurut Stuart Hall analisis resepsi adalah sebuah *Audience Research*, audiens dipandang aktif dan di mana salah satu yang menjadi fokus metode ini adalah bagaimana audiens yang beragam memaknai suatu konten atau suatu isi yang disajikan media, di mana konten dari media itu sendiri sebenarnya sebuah teks yang berisikan tanda-tanda yang tersusun secara terstruktur, dan untuk memahami teks tersebut kita harus bisa membaca tanda-tanda tadi beserta strukturnya (Stuart Hall, dalam Baran dan Davis, 2012: 257). Namun dalam media, teks sendiri sebenarnya memiliki karakteristik *Polysemic* atau polisemi

yang bermakna bahwa teks dari media itu sendiri sebenarnya ambigu dan bisa diartikan dalam berbagai macam pemikiran (Baran and Davis, 2012 : 257).

Analisis resepsi berfokus pada bagaimana cara audiens memaknai suatu hal yang disampaikan oleh media (Littlejon and Foss, 2009 : 4). Analisis resepsi berasumsi bahwa tidak akan ada efek tanpa adanya makna (Jensen and Jankowski, 1991 : 137). Intinya analisis ini akan mencoba memberikan sebuah makna akan pemahaman teks media baik itu cetak, elektronik, maupun penyiaran dengan memahami bagaimana karakter teks yang diproduksi media tadi, dibaca oleh khalayak. Analisis resepsi memfokuskan pada pengalaman dan pemirsaan khalayak (penonton/ pembaca), serta bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut (Hadi, 2009 : 2).

Dalam memaknai atau menginterpretasikan teks dari media ada tiga posisi yang berbeda dalam penonton (*receiver*) memaknai teks-teks budaya, khususnya wacana audio visual. Tiga posisi tersebut adalah posisi hegemonik dominan, posisi dinegosiasikan dan posisi oposisi (Stuart Hall, dalam Baran dan Davis, 2012: 258).

1) *Preffered, or dominant reading* (Makna yang disukai atau dominan)

Hall berpendapat walaupun sebagian besar teks bersifat polisemi, pembuat pesan secara umum menginginkan sebuah pemahaman yang disukai atau dominan ketika mereka membuatnya. Hall berasumsi bahwa konten media yang paling populer lebih dianggap mendukung *status quo*.



2) *Negotiated meaning* (Makna yang bisa dinegosiasi)

Posisi ini adalah posisi makna bisa dinegosiasi, khalayak membentuk penafsiran sendiri terhadap sebuah konten yang sebagian inti pentingnya berbeda dengan makna dominan. Khalayak menerima sebagian ideologi dominan, namun tetap memberikan pengecualian terhadap beberapa hal utamanya terkait aturan budaya.

3) *Oppositional decoding* (Pemaknaan Oposisi)

Posisi oposisi adalah keadaan di mana audiens membangun penafsiran pada konten media yang sama sekali berlawanan dari pemaknaan dominan. Khalayak hanya membaca kode atau pesan yang lebih disukai dan membentuknya kembali dengan kode alternatif. Pada tingkatan ekstrim khalayak dalam posisi oposisi mempunyai pandangan yang berbeda, bahkan langsung menolak teks media karena mempunyai pandangan yang berbeda. Dengan kata lain, audiens menolak seutuhnya cerita yang ditawarkan.

Melalui teori ini, akan dilihat bagaimana para pengguna aktif *Instagram* yang pernah melihat *jokes meme* yang menggunakan perempuan memaknai hal tersebut.

## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

### **1.6.1 Memahami Mitos Kekerasan dalam *Jokes***

Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada kerangka teori bahwa menurut Roland Barthes mitos adalah sesuatu yang dideterminasi oleh wacana sosial, ia

merupakan refleksi. Namun, refleksi ini terjadi secara terbalik, mitos terjadi ketika kultur dijungkir balik menjadi yang natural, atau ketika kualitas sosial, kultural, ideologis, dan historis terbalik menjadi hal yang natural (Barthes, 2010 : 171).

Mitos dalam penelitian ini adalah adanya makna yang dinaturalisasikan dalam *meme* yang menggunakan perempuan dan dengan analisis resepsi terhadap pengonsumsi *meme*, akan dilihat bagaimana mitos membalikan kenyataan atau kebudayaan dalam *jokes meme* yang menggunakan perempuan, di mana unsur kekerasan terhadap perempuan yang dianggap *jokes* semata dan dianggap wajar.

### **1.6.2 Meme yang menggunakan perempuan**

*Meme* yang dimaksud disini adalah *internet meme* yang merupakan penyebaran dari konten *jokes*, rumor, video, atau *websites* yang disebar dari seseorang ke orang lain melalui internet (Shifman 2013: 362). Lebih rincinya lagi adalah *internet meme* yang berbentuk foto-foto yang menggunakan perempuan yang sering kali menampilkan bagian tubuh tertentu pada perempuan dan cenderung mengarah kepada pelecehan seksual serta menjadikan perempuan sebagai objek didalam *jokes* tersebut. Namun, dalam foto-foto tadi juga berisikan teks-teks *jokes* yang seolah menutupi hal tersebut.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan kritis yang berfokus pada penolakan akan suatu universalisasi makna yang dibuat oleh desakan-desakan struktural, serta berfokus dan percaya kepada perbedaan-perbedaan dalam individu yang akan mempengaruhi kehidupan suatu individu (Derrida dalam Littlejohn, 2009: 72) dalam penelitian ini makna yang diuniversalisasi adalah *meme* yang menggunakan perempuan yang sering kali menampilkan foto atau gambar-gambar yang memperlihatkan bagian tubuh tertentu pada perempuan yang seharusnya merupakan sebuah pelecehan, namun dianggap menjadi sebuah humor semata.

### **1.7.2 Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah :

Laki-laki dan perempuan pengguna aktif Instagram yang sudah menikah dan belum menikah, serta merupakan *followers* akun Instagram dagelan dan pernah melihat *meme* yang menggunakan perempuan sebagai objek.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) bahwa pada tahun 2015 mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah berusia 18-25 tahun. dengan persentase mencapai 49,0. (APJII dalam <http://www.beritasatu.com/digital-life/261297-mayoritas-netizen-di-indonesia-berusia-1825-tahun.html>)

Selain itu sebagaimana yang diberitakan CNNIndonesia.com (Bintoro Agung Sugiharto, 2016 <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/>) pada tahun 2016 generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun memiliki angka penetrasi hingga lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia dan pada kategori 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk di kelompok itu. Berdasar kepada kedua data diatas kategori remaja yang menduduki banku SMA dan banku kuliah dipilih karena merupakan pengguna internet yang dominan di Indonesia.

Novandi (2009: 7-9) menjelaskan bahwa humor memiliki dua komponen yaitu kognitif dan afektif. Komponen kognitif yaitu evaluasi dari humor sebagai stimulus dalam bentuk isi humor yang diterima individu. Sehingga yang terkait dengan komponen kognitif dalam hal yang melatarbelakangi penerimaan responnya secara personal, komponen-komponen tersebut adalah pengetahuan seseorang, latar belakang sosial-budaya seseorang, tipe kepribadian seseorang, dan kedewasaan seseorang.

Komponen afektif yaitu perasaan yang bersifat subjektif yang dihasilkan oleh humor sebagai stimulus tersebut. Sehingga yang terkait dengan komponen afektif dalam hal yang melatarbelakangi perasaan seseorang secara subjektif dari penerimaan humor. Komponen-komponen tersebut adalah sebagai bentuk pemberian penghargaan oleh orang lain,

pengakuan yang dilontarkan orang lain, sebagai bentuk apresiasi pada humor, *sense of humor* yang terdapat pada individu melalui tertawa sebagai responnya yang saling terkait, dan perspektif seseorang.

Hurlock (dalam Laksono, 2011: 6) membagi rentang kehidupan menjadi Sembilan periode, yaitu sebelum kelahiran, baru dilahirkan (sampai akhir minggu kedua), masa bayi (akhir minggu kedua sampai akhir tahun kedua), awal masa kanak-kanak (2-10 tahun), pubertas (10-13 tahun), remaja (13-18 tahun), awal dewasa (18-40 tahun), usia pertengahan (40-60 tahun), dan usia lanjut (60 tahun sampai meninggal). Laksono (2011: 7-8) menjelaskan bahwa seiring dengan perkembangan usia diperlukan juga kedewasaan dalam menghadapi suatu permasalahan. Salah satu bentuk kedewasaan adalah kematangan emosi, dimana individu yang sudah mencapai kematangan emosi mampu mengontrol dan mengendalikan emosinya dan dapat berfikir secara baik dengan melihat persoalan secara objektif dan mampu mengambil sikap dan keputusan akan suatu hal yang tepat (Walgito dalam Laksono, 2011: 8).

Berdasarkan pertimbangan kedewasaan pemikiran mempengaruhi pemakaian *jokes*, maka kategori informan dalam penelitian ini digolongkan menjadi laki-laki dan perempuan yang masih duduk di bangku SMA, laki-laki dan perempuan yang sudah kuliah, dan laki-laki dan perempuan yang sudah menikah.

### **1.7.3 Jenis data**

Penelitian ini akan menggunakan data berupa teks, kata-kata tertulis, simbol-simbol, dan pemikiran yang merepresentasikan seseorang, termasuk didalamnya transkrip wawancara

### **1.7.4 Sumber data**

#### **1.7.4.1 Data Primer**

Data primer yang diambil dari penelitian ini adalah melalui seleksi foto-foto *meme* di *Instagram* dan melakukan wawancara kepada subjek penelitian mengenai pandangannya terhadap *meme jokes* di *Instagram* yang menggunakan perempuan.

#### **1.7.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber lain atau sumber tambahan, yaitu melalui studi kepustakaan, jurnal, buku, artikel berita di media massa dan referensi lain dari internet yang dapat memberikan informasi khususnya tentang *jokes*, *meme*, dan perempuan.

### **1.7.5 Teknik Pengumpulan Data**

Sebagaimana yang dijelaskan Laineste bahwa perempuan dalam *jokes* dibagi menjadi empat kategori yaitu *location*, *other characters present or mentioned in the joke*, *sexual content*, *the role of the woman in the joke* (Laineste, 2013: 40) dan Pierre Bordieu tentang teori kekerasan simbolik. Pada penelitian

ini foto-foto *meme* yang menggunakan perempuan dari *Instagram* sendiri akan diseleksi berdasarkan dua hal tersebut yakni yang mengandung kekerasan simbolik dan juga kategori-kategori dalam perempuan *jokes*. Kriteria lain dilihat dari adalah seberapa banyak foto tersebut di-*like* dan komentar yang ada dalam foto tersebut sebagai tanda bahwa foto tersebut dikonsumsi oleh khalayak. Kriteria selanjutnya adalah akun lain yang di-*tag* dalam foto tersebut sebagai tanda bahwa foto ini tersebar dan bisa dilihat dalam beragam *channel* tidak hanya dari satu akun.

Selain dengan menyeleksi foto data juga dikumpulkan dengan wawancara mendalam mencoba mencari tahu bagaimana pandangan dan pemikiran seseorang khususnya mengenai *jokes* yang menggunakan perempuan. Wawancara sendiri adalah percakapan dengan maksud tertentu di mana percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2007 : 186).

### **1.7.6 Analisis Data**

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa *preffered, or dominant reading* dari teks yang akan diteliti yaitu *meme* yang menggunakan perempuan akan digunakan proses pertandaan milik Barthes. Dalam menganalisa makna dominan atau preferred reading Barthes menggunakan tatanan pertandaan yaitu: (Fiske, 2010 : 118)

a. Denotasi

Tatanan ini menggambarkan hubungan antara penanda dan petanda di dalam tanda terhadap realitas eksternal. Makna denotasi adalah makna yang terlihat dalam tanda, di mana dalam penelitian ini berarti melihat makna dari *meme* yang menggunakan foto perempuan dan tulisan-tulisan yang ada didalam *meme* tersebut

b. Konotasi

Konotasi digunakan untuk menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca. Konotasi menggambarkan inetraksi yang terjadi kerika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembacanya, serta nilai-nilai dari budayanya. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda dalam sebuah objek, konotasi adalah bagaimana cara menggambarannya. Dalam penelitian ini pembaca atau pengkonsumsi yang berbeda latar belakangnya akan dilihat bagaimana cara mereka memaknai *meme* yang menggunakan perempuan.

c. Mitos

Namun tanda juga bekerja melalui mitos. Mitos sendiri merupakan sebuah cerita yang digunakan suatu kebudayaan untuk melihat bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka denotasi tadi akan menjadi mitos.



Setelah *dominant reading* dari teks bisa terbaca, Analisis Resepsi akan digunakan untuk memahami bagaimana kontes pesan yang disampaikan oleh media, khususnya dalam penelitian ini adalah pesan yang diciptakan oleh *jokes meme* yang menggunakan perempuan, kepada masyarakat yang mengkonsumsi hal tersebut. Ada tiga elemen utama dalam melakukan pengumpulan, analisa, dan interpretasi data dari metode resepsi ini (Jensen and Jankowski. 1991 : 139-140).

- a. Mengumpulkan data yang berpusat kepada audiens atau para konsumen media. Dilakukan dengan wawancara serta pengamatan kepada audiens atau konsumen yang dalam penelitian ini adalah mengkonsumsi *jokes meme* di *Instagram* yang menggunakan perempuan, sehingga dapat diketahui resepsi dari para konsumen *meme* tersebut bagaimana hal tersebut bisa dimaknai sebagai *jokes* atau tidak.
- b. Menganalisa hasil interview. Hal ini akan dilakukan dengan mengubah interview kedalam bentuk transkrip yang nantinya argument-argumen responden akan dianalisa dan digolongkan sesuai kriteria, dalam penelitian ini bagaimana argument yang menyatakan bahwa *jokes meme* yang menggunakan perempuan dilihat sebagai *jokes*.
- c. Melakukan interpretasi. Hal ini dilakukan dengan menggolongkan hasil analisa kepada tiga golongan posisi yang sudah dijelaskan sebelumnya yaitu *Preffered, or dominant reading, Negotiated meaning, dan Oppositional decoding*.

### **1.7.7 Kualitas Penelitian**

Deddy N. Hidayat menjelaskan setiap paradigma membawa implikasi metodologis sendiri-sendiri. Salah satu dari implikasi tersebut yang nantinya akan digunakan untuk menilai kualitas dari suatu penelitian dari masing-masing paradigma. Pada penelitian yang berdasar kepada paradigma kritis, kualitas penelitian akan dinilai dari bagaimana penelitian tersebut bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai suatu realitas dalam konteksnya yang spesifik (Hidayat, 2002: 213). Hal tersebut bisa dilihat dalam penelitian ini di mana penelitian ini mencoba untuk memahami realitas yang ada pada *meme* yang menggunakan perempuan yang sebenarnya berpotensi memiliki unsur kekerasan pada perempuan.

Selain itu penelitian dalam ranah kritis juga merupakan sebuah studi yang bersifat *Multi-Level-Analysis* (Hidayat, 2002: 214). Sesuai dengan hal tersebut penelitian ini juga melakukan analisa teks dan analisa resepsi, demi mendapatkan hasil penelitian yang berkualitas.