

## ANALISIS MEME “KOK BISA YA” DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Fina Fitriana<sup>1</sup>, Eko Agus Basuki Oemar<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
email: finafitriana16021264035@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup> Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
email: ekooemar@unesa.ac.id

### Abstrak

Penelitian meme “Kok Bisa Ya” merupakan penelitian mengenai fenomena meme yang ada di media sosial. Meme “Kok Bisa Ya” terkenal di pertengahan tahun 2020 menggambarkan karakter berkepala gundul dengan ilustrasi sederhana sedang termenung memikirkan suatu hal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanda, makna dan mitos yang ada di dalamnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif yaitu analisis deskriptif tanpa menggunakan kuantum dan jumlah dengan data, bersumber dari beberapa fakta dan literatur yang berhubungan dengan penelitian. Menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes yang menghasilkan tanda, penanda, dan petanda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa meme “Kok Bisa Ya” menggambarkan kegiatan seorang yang tengah termenung memikirkan sesuatu secara berlebihan. Munculnya karakter baru berupa template ilustrasi dengan ekspresi datar menjadi hal baru yang dapat menarik perhatian dan respon yang beragam dari warganet. Meme “Kok Bisa Ya” juga memiliki dampak yang positif dan negatif di media sosial. Dampak positifnya adalah ajakan untuk intorpeksi diri dan dapat menjadi media baru untuk menyampaikan opini. Dan dampak negatifnya adalah kebiasaan berpikir berlebihan tanpa tindakan.

**Keywords:** Meme, Semiotika, Roland Barthes, Makna.

### Abstract

*"Kok Bisa Ya" meme research is research about meme phenomena on social media. The famous "Kok Bisa Ya" meme in mid-2020 portrays a bald character with a simple illustration while thinking about something. This study aims to analyze the signs, meanings, and myths that are in them. This study uses a qualitative method approach that is descriptive analysis without using quantum and amount with data, sourced from several facts and literature related to research. Using Roland Barthes's semiotic analysis theory which produces signs, markers, and markers. The result of this reseach indicate that "Kok Bisa Ya" meme describe the activities of someone who is pensive overthinking. The appearance of new character in the form of illustration templates with flat expressions is a new thing that can attract diverse attention and responses from citizens. "Kok Bisa Ya" meme has positive and negative impacts on social media. The positive impact is an invitation to self-reflection and can become a new medium for expressing opinion. The negative impact is the habit of overthinking without action.*

*Keywords: Meme, Semiotics, Roland Barthes, Meaning.*

### PENDAHULUAN

Setiap manusia pasti pernah termenung memikirkan segala sesuatu yang ada di sekitarnya. Menurut Muhid (2016), pada dasarnya manusia memiliki akal pikiran untuk termenung dan terus berpikir. Uniknya kegiatan termenung ini membawa pertanyaan-pertanyaan

yang acak dan bisa tanpa sadar menghabiskan banyak waktu tanpa disadari. Termenung inilah yang selanjutnya dibawa oleh warganet menjadi sebuah ilustrasi sederhana dipadu dengan kalimat humor dan tersebar sebagai meme di dalam dunia maya.

Meme “Kok Bisa Ya” terkenal di pertengahan tahun 2020. Meme ini sebenarnya sangat sederhana, terdapat ilustrasi seorang berkepala gundul tengah telentang ataupun duduk menghadap ke atas dipadu dengan kalimat yang dipikirkan karakter berkepala gundul. Belum diketahui asal meme “Kok Bisa Ya” ini. Namun penyebarannya dapat dilihat di semua media sosial. Baik disebarluaskan oleh akun-akun kecil maupun grup-grup meme dengan ribuan pengikut.

Istilah meme merupakan akronim dari Mimema yang pertama kali dikenalkan oleh Richard Dawkins (1976) dalam Allifiansyah, (2016) yang memiliki pengertian mutasi sebuah gen dalam mereplikasi dan menggandakan diri. Meme adalah transmisi budaya melalui replikasi ide, gagasan, yang merasuk ke dalam kognisi manusia. Budaya inilah yang diaplikasikan dalam fenomena sosial yang tengah terjadi di masyarakat, terlebih warganet.

Oleh sebab erat kaitannya dengan fenomena sosial yang tengah terjadi kemudian dengan proses replikasi menggunakan akal budi manusia, maka meme menjadi pesat dengan terciptanya lebih banyak salinan meme. (Brodie, 2014: 28). Terlebih jika menyangkut dunia maya yang begitu luas dan tanpa batas. Budaya digital berupa meme ini akan sangat mudah ditemui oleh warganet.

Munculnya meme di Indonesia tidak lepas dari hadirnya media sosial yang membuat luapan kata yang kemudian menjadi bahan untuk pengembangan meme tersebut. Bahkan seringkali meme menjadi bahan adu opini dan wacana oleh warganet (Juditha: 2015). Tak ayal, meme dapat cepat viral baik yang berbentuk gambar, tulisan maupun video.

Rumusan masalah dari Fenomena Meme “Kok Bisa Ya” di Media Sosial, meliputi: Tampilan meme “Kok Bisa Ya” di media sosial. Analisis semiotika Roland Barthes dalam meme “Kok Bisa Ya”. Serta pengaruh dan dampak dari meme “Kok Bisa Ya”.

Pengkajian ini bertujuan untuk mengetahui tampilan dan pengaruh meme “Kok Bisa Ya” dalam media sosial dan untuk mengetahui analisis semiotika Roland Barthes dalam meme “Kok Bisa Ya”. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan apresiasi

terhadap meme, yang dapat berdampak negatif ataupun positif di masa depan bagi pengguna internet.

Fokus dari pengkajian ini adalah untuk membedah meme “Kok Bisa Ya” menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang menunjukkan tanda denotasi, konotasi serta mitos. Meme yang diteliti penulis berasal dari media sosial dengan kurun waktu Mei-Juni 2020.

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji beberapa penelitian yang relevan sebagai bahan kajian, salah satunya yaitu: penelitian dalam jurnal yang dilakukan oleh Irwanto dkk., berjudul “Kritik Dalam Meme Humor Meme Nurhadi-Aldo Era Demokrasi Digital”. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis wacana Van Dijk pada meme humor politik pasangan calon presiden dan wakil presiden fiksi Nurhadi-Aldo. Menghasilkan fakta bahwa meme tidak hanya sebagai pencipta suasana humor namun juga dapat dijadikan ajang demokrasi politik di era modern.

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Roland Barthes karena tidak hanya mempelajari tanda dari bahasa verbal namun juga dari bahasa visual, sehingga cocok dengan karakteristik meme “Kok Bisa Ya”. Peneliti ingin menganalisis pemaknaan tersembunyi atau tanda dalam meme “Kok Bisa Ya” untuk mengetahui peran media sosial terkait dengan pengaruhnya. Selain itu menghubungkan antara meme dengan makna mitos yang terbentuk di media sosial hasil dari penambahan teks dari warganet pada template meme “Kok Bisa Ya”. Tidak hanya wacana menurut peneliti saja.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah melakukan penelitian dalam kondisi alamiah yang tidak menggunakan kuantum atau jumlah, dan berfokus pada makna di balik data yang diamati (Sugiono, 2013: 21-22). Pengumpulan data dengan metode wawancara dan pengkajian isi dokumen (*content analysis*)

Menurut Nugrahani (2014: 142) Pengkajian isi dokumen (*content analysis*) adalah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan catatan, arsip, gambar, dan dokumen lainnya

untuk mencatat isi penting dan memahami makna terkait masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, *content analysis* dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan gambar-gambar meme “Kok Bisa Ya” yang beredar di berbagai media sosial. Setelah terkumpul peneliti mengelompokkan berdasar karakter awal meme “Kok Bisa Ya” sebelum diubah oleh warganet. Selain itu peneliti juga mengumpulkan informasi dari buku, artikel ilmiah, artikel di *website* terkait fenomena meme “Kok Bisa Ya” di media sosial.

Wawancara menurut Steward & Cash (1982, dalam Hakim : 2013) adalah aktivitas tanya-jawab dalam proses komunikasi interpersonal untuk mendapat tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, bersifat serius dan dirancang agar tercipta interaksi. Sedangkan wawancara dengan kemajuan teknologi informasi yang telah ada menurut Raharjo (2011), bisa saja dilakukan tanpa tatap muka dengan melalui media telekomunikasi.

Wawancara dalam penelitian ini, menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Wawancara jenis ini, menurut Rachmawati (2007) merupakan wawancara tidak berstruktur, tidak berstandar, informal dan dimulai dari pertanyaan umum namun tetap memiliki kata kunci, agenda, atau daftar topik yang diteliti. Wawancara tidak berstruktur mampu menghasilkan data terkaya namun juga memiliki jumlah informasi tidak berguna atau *dross rate* tertinggi. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan antara peneliti dengan admin pemilik akun instagram dan halaman facebook @statuslucu\_official dan @aw\_lucu dengan panggilan Risfan Jr. melalui Whatsapp, dan admin akun Instagram *curator of shitposting* @kisminb0ys, yang tidak ingin disebutkan namanya, melalui *Direct Message* (DM) atau pesan langsung di Instagram. Peneliti mengharapkan opini dan informasi terkait dengan meme “Kok Bisa Ya” dari hasil wawancara pada penggiat meme tersebut.

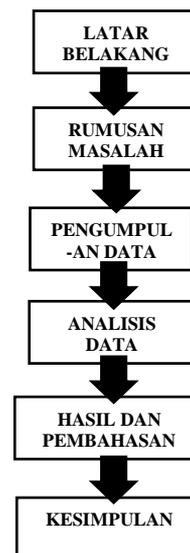
Penulis menggunakan teori analisis semiotika yang dikemukakan Roland Barthes sebagai alat analisis. Menurut Barthes (dalam Handayani, 2019) semiotika adalah bentuk form, yang merupakan pengembangan lanjutan gagasan Saussure dengan menekankan pentingnya interaksi antara pengguna tanda dengan tanda

untuk menghasilkan makna. Semiotika menurut Roland Barthes (dalam Handayani, 2019), tidak hanya meneliti mengenai *signifier* dan *signified* yang merupakan tanda denotatif, tetapi juga hubungan secara keseluruhan dengan tanda konotatif. Tanda konotatif dalam konsep Barthes, identik dengan operasi ideologi yang biasa disebut mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Konsep Barthes tentang mitos melanjutkan teori Saussure mengenai hubungan bahasa dengan makna atau hubungan penanda dengan petanda.

Batas dari penelitian ini akan menganalisis meme “Kok Bisa Ya” menggunakan analisis semiotika yang disampaikan Roland Barthes dengan menguraikan makna denotasi, konotasi serta mitos pada beberapa gambar meme “Kok Bisa Ya” dengan karakter yang belum diubah warganet pada berbagai media sosial dengan rentang waktu pengambilan meme Mei-Juni 2020.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara terhadap pemilik akun halaman meme, serta *content analysis* pada meme, buku, artikel, dan internet.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:



## KERANGKA TEORITIK

### a. Meme dan Media Sosial

Meme menurut Richard Dawkins (1976 dalam Allifiansyah, 2016) adalah akronim dari Mimema. Richard Dawkins pertama kali memperkenalkan istilah meme yang memiliki pengertian mutasi sebuah gen dalam mereplikasi dan menggandakan diri. Menurut Dawkins, meme adalah transmisi budaya melalui replikasi ide, gagasan, yang merasuk ke dalam kognisi manusia. Budaya inilah yang diaplikasikan dalam fenomena sosial yang tengah terjadi di masyarakat, terlebih warganet.

Oleh sebab erat kaitannya dengan fenomena sosial yang tengah terjadi kemudian dengan proses replikasi menggunakan akal budi manusia, maka meme menjadi pesat dengan terciptanya lebih banyak salinan meme. (Brodie, 2014: 28). Budaya digital berupa meme ini akan sangat mudah ditemui di media sosial. Media sosial secara langsung maupun tidak langsung, dapat mempengaruhi opini publik terkait isu yang berkembang dalam masyarakat.

Menurut Ilham (2017) meme yang beredar di media sosial dikategorikan ke dalam lima jenis, yaitu:

- 1) Meme remaja dan percintaan : meme yang bertemakan cinta, yang paling banyak digunakan oleh remaja untuk mengungkapkan isi hati pada orang yang disuka. Tidak selalu mengisahkan kesenangan, namun juga kepedihan serta ejekan.
- 2) Meme sarkasme: meme jenis ini dimaksudkan untuk menyindir atau menyinggung suatu pihak. Bahkan dapat berupa hinaan untuk mengekspresikan kekesalan, sehingga bahasa dalam meme jenis ini jarang diperhatikan, seringkali memakai bahasa kasar.
- 3) Meme *quotes*: berkebalikan dengan meme sarkasme, meme jenis ini berisikan kata-kata bijak dan motivasi. Biasanya berupa penulisan kata yang lebih dominan dibanding gambar dengan tampilan sederhana.
- 4) Meme kritikan atau teguran: berisikan kritik terhadap suatu hal atau pihak yang tidak sesuai aturan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Menggunakan kata-kata

teguran maupun sindiran namun juga bersifat lucu.

- 5) Meme parodi: parodi memiliki pengertian suatu hasil karya yang digunakan untuk memelestikan, memberikan komentar atas karya asli dengan bahasa *satire*. (Ilham: 2017)

Meme masih eksis di media sosial hingga kini, dengan memunculkan isu-isu sosial menjadikannya fenomena-fenomena meme. Menurut Ilham (2017) meme yang menyebar di Indonesia diawali pada tahun 2008 berupa foto dan video karena keisengan saja. Meme sekarang ini umumnya menghadirkan karakter dua dimensi yang sederhana untuk menghibur, adakalanya membawakan pesan-pesan tersirat dan tersurat yang disampaikan pembuatnya. Contohnya meme “Kok Bisa Ya” yang menggambarkan orang plontos dengan posisi tertidur ataupun duduk, mengisahkan tentang seseorang yang termenung memikirkan keanehan pada diri sendiri maupun orang lain.

### b. Semiotika Roland Barthes

Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion*, yang berarti tanda. Didefinisikan sebagai cabang ilmu yang mempelajari tentang tanda (Asriningsari & Umayu, 2010: 27). Semiotika pada dasarnya mempelajari tentang tanda, sistem tanda, proses tanda hingga pemahaman makna yang memerlukan kepekaan yang besar.

Menurut Swandayani (2005) Roland Barthes (1915-1980) dikenal sebagai salah satu tokoh *cultural studies* pada tahun 1950-an yang telah mengenalkan praktik-praktik budaya massa, juga dikenal sebagai Profesor Modis yang banyak mempelajari budaya pop dengan gayanya yang modis dan *fashionable*. Namanya mencuat dalam berbagai teori yang berhubungan dengan praktik budaya kontemporer dan dibanding dengan ahli lain di masanya, pemikiran Barthes sering dikutip sebagai cikal bakal berdirinya kajian budaya.

Barthes juga berkontribusi dalam ilmu tanda, melanjutkan teori Saussure tentang penanda dan petanda. Menurut Barthes (dalam Asri, 2018) bahwa aspek tanda, penanda, dan petanda terdapat pula di selain bahasa, antara lain terdapat pada mitos yang kemudian dikenal sebagai konsep *mythologies*. Barthes beranggapan tanda memiliki hubungan dengan

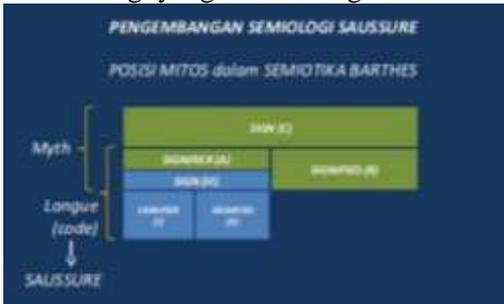
pengalaman personal atau kultural yang dialami dan diharapkan penggunaanya.

Barthes dalam semiotika menjelaskan tentang makna denotasi, makna konotasi, dan mitos. Berikut adalah sistem semiotika Roland Barthes:



Gambar 1. Model Semiotika Roland Barthes (Sumber: SlideShare/Toto Haryadi).

Makna denotasi atau makna yang sesungguhnya, yang dapat dinilai dengan panca indera atau dapat disebut sebagai deskripsi dasar. Makna denotasi menduduki signifikasi tatanan pertama. Makna konotasi adalah makna yang memiliki interaksi kultural yang melekat pada tanda atau simbol. Sedangkan mitos menurut Barthes (dalam Sugandi, 2016) merupakan operasi ideologi yang terkait dengan konotasi.



Gambar 2. Model Semiotika Roland Barthes (Sumber: SlideShare/Toto Haryadi).

Jika mitos bagi umum berhubungan dengan tahayul, tidak masuk akal dan lainnya, dalam teori ini mitos memiliki arti khusus, mitos adalah bahasa atau suatu pesan yang dapat berbeda tergantung pandangan dan kehidupan lingkungan sosial-budaya. Mitos adalah tatanan kedua yang dibangun berdasar prinsip konotasi. Berikut contoh penerapan teori analisis semiotika Roland Barthes pada gambar coklat:



Gambar 3. Contoh Penerapan Semiotika Roland Barthes (Sumber: SlideShare/Toto Haryadi).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Tampilan Meme “Kok Bisa Ya” di Media Sosial

Maraknya peredaran meme di media sosial turut mewarnai fenomena-fenomena yang terjadi dalam budaya digital. Perasaan maupun pengalaman dapat tergambarkan dalam sebuah meme digital. Meme yang dapat berisi tulisan, gambar, foto maupun video menambah hiburan bagi warganet. Tidak hanya itu, meme dengan bahasa yang luwes maupun dengan bahasa *satire* mampu menjadi wadah informasi dan aspirasi pengguna jejaring sosial yang mampu diterima dan dipahami oleh banyak kalangan, menjadikannya populer dalam setiap peristiwa yang ada. Contoh meme yang pernah terkenal di Indonesia adalah meme “Tuman”, meme Paslon bayangan Nurhadi-Aldo, juga meme “Kok Bisa Ya”.

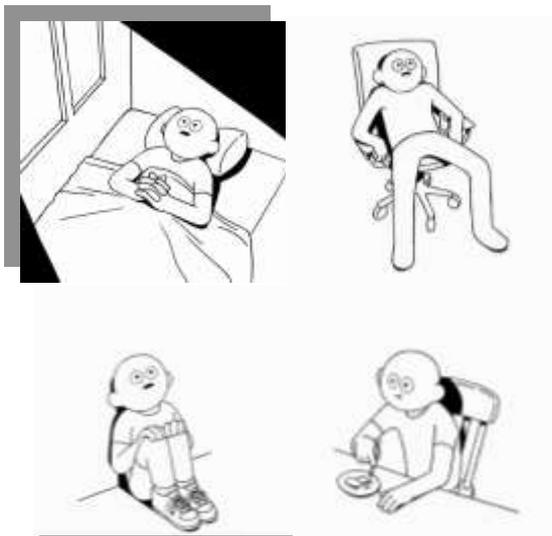
Meme “Kok Bisa Ya” dipilih sebagai bahan penelitian karena berupa *template* dengan menghadirkan karakter baru berekspresi datar yang dapat menarik perhatian warganet dan respon yang lebih beragam sehingga menjadi fenomena meme di media sosial dari akhir tahun 2019 hingga pertengahan tahun 2020. Meme tersebut menggambarkan karakter sederhana dua dimensi berkepala gundul dengan wajah datar dan posisi yang berbeda-beda, yaitu duduk dan berbaring. Meme di media sosial sebagian besar beredar tanpa *watermark*, sehingga bebas diedarkan dan diubah bagi penikmatnya. Mayoritas meme dihadirkan oleh grup-grup meme atau akun khusus yang menyebar meme, lebih dikenal sebagai akun *shitposting* di kalangan warganet. Peneliti berhasil mewawancarai dua pemilik akun *shitposting* terkait meme “Kok Bisa Ya”. Pertama, bernama Risfan dengan akun Instagram dan halaman

Facebook @statuslucu\_official dan @aw\_lucu yang memiliki jumlah ratusan ribu pengikut, terbentuk sejak tahun 2011. Kedua, admin akun @kisminb0ys yang memiliki puluhan ribu pengikut Instagram, terbentuk sejak tahun 2016.

Kok bisa ya, merupakan bahasa populer yang memiliki persamaan kalimat “Mengapa bisa ya?”, Menurut Rokhmansyah, dkk. (2018) kata “Kok” merupakan kata seru yang menyampaikan keheranan, juga merupakan sinonim predikat mengapa atau kenapa. Jadi kata “Kok Bisa Ya” sendiri memiliki pengertian menekankan suatu pertanyaan tentang suatu hal.

Menurut admin @kisminb0ys, yang pernah membagikan meme “Kok Bisa Ya” melalui *instastory*, karakter dalam meme tersebut berasal dari ilustrator Korea bernama Jong Ha Yoon, dan baru viral beberapa bulan terakhir. Dikutip dari Pratnyawan (2020), meme *overthinking* (meme “Kok Bisa Ya”) merupakan karya dari seorang *freelancer ilustrator* Jong-Ha Yoon yang sempat dipublikasikan pada 19 Oktober 2017 melalui akun Instagram @jongha306. Meme yang viral di Indonesia seperti yang terdapat di sebagian besar sosial media memiliki karakter hitam-putih. Namun belakangan di tahun 2019 Jong-Ha Yoon menggambarkan karakter tersebut lebih berwarna dan ekspresi bahagia.

Berikut adalah beberapa tampilan *template* meme “Kok Bisa Ya” yang belum mengalami tambahan teks dan perubahan karakter di media sosial:



**Gambar 4.** Meme “Kok Bisa Ya” yang belum memiliki teks, posisi berbaring, duduk di kursi, duduk di lantai, dan duduk di depan meja makan (Sumber: Twitter/ @justmaul).

Menurut admin @kisminb0ys meme tersebut dapat terkenal kemungkinan karena kesepahaman makna yang ditangkap publik dengan kaitannya antara komedi dan isu yang berkembang di masyarakat dengan gaya penyampaian tertentu.

Meme “Kok Bisa Ya” yang belakangan terkenal di Indonesia mayoritas masih memakai karakter awal dari Jong-Ha Yoon, berwarna hitam putih, berkepala plontos dan berwajah datar seakan merenung, ditambah dengan kalimat-kalimat candaan oleh warganet. Menurut Risfan, yang pernah mengunggah meme “Kok Bisa Ya” di halaman Facebook miliknya, meme tersebut menggambarkan tentang termenung dan memikirkan sesuatu yang aneh pada diri sendiri atau pada orang lain. Sedangkan menurut admin @kisminb0ys, meme yang beredar tidak memiliki maksud tertentu karena merupakan *template*, namun menjadi bermakna karena dibuat ulang oleh pengguna media sosial yang mengekspresikan sarkasme dan antitesis dalam pemaknaannya.

#### **b. Analisis Semiotika Roland Barthes pada Meme “Kok Bisa Ya”**

Tampilan meme “Kok Bisa Ya” di media sosial memiliki daya tarik dari segi ilustrasi sederhana karakter berkepala gundul berwarna hitam putih, serta kata-kata candaan bahkan sindiran yang dituliskan pengedit meme tersebut yakni warganet. Meme tersebut kemudian terkenal di media sosial dengan berbagai macam versi karakter ataupun kata yang dipakai. Meme “Kok Bisa Ya” menggambarkan seorang yang termenung memikirkan berbagai hal, baik terkait isu yang tengah hangat diperbincangkan masyarakat maupun hal yang aneh pada diri sendiri dan orang lain.

Berikut ini adalah hasil analisis salah satu meme “Kok Bisa Ya” dengan menggunakan teori semiotika analisis tanda, makna dan mitos Roland Barthes:

Tabel 1. Analisis Data Meme

Sign II → MITOS	
Seorang yang memikirkan sesuatu sebelum tidur	
Sign 1 → Signifier II	Signified II
Wujud manusia non-gender, tengah termenung di dalam kamar.	Ikon manusia yang tengah termenung memikirkan sesuatu sebelum tidur
Signifier 1	Signified 1
	Bentuk visual karakter berkepala gundul yang berbaring, berwarna hitam-putih dengan interpretasi ekspresi datar. Tertutupi selimut dan melipat jari.

Tabel 2. Analisis Data Meme

Sign II → MITOS	
Seorang yang memikirkan sesuatu secara serius atau lelah di ruang kerja	
Sign 1 → Signifier II	Signified II
Wujud manusia non-gender, tengah termenung di ruang kerja	Ikon manusia yang tengah termenung memikirkan sesuatu secara serius atau tengah lelah
Signifier 1	Signified 1

	Bentuk visual karakter berkepala gundul yang duduk bersandar di kursi putar, berwarna hitam-putih dengan interpretasi ekspresi datar.
---	---

Tabel 3. Analisis Data Meme

Sign II → MITOS	
Seorang yang memikirkan sesuatu saat makan	
Sign 1 → Signifier II	Signified II
Wujud manusia non-gender, tengah termenung di ruang makan	Ikon manusia yang tengah termenung memikirkan sesuatu ketika makan
Signifier 1	Signified 1
	Bentuk visual karakter berkepala gundul berwarna hitam-putih yang duduk di kursi, di depannya ada makanan, dengan interpretasi ekspresi datar.

Tabel 4. Analisis Data Meme

Sign II → MITOS	
Seorang yang memikirkan sesuatu secara serius dalam ketakutan atau kesedihan	
Sign 1 → Signifier II	Signified II

Wujud manusia non-gender, tengah termenung di lantai		Ikon manusia yang tengah termenung memikirkan sesuatu saat takut atau sedih
Signifier 1	Signified 1	
	Bentuk visual karakter berkepala gundul yang duduk di lantai bersandar pada tembok, berwarna hitam-putih dengan interpretasi ekspresi datar.	

Berdasarkan sumber data dan teori, meme “Kok Bisa Ya”, konvensi dari tata nilai meme “Kok Bisa Ya” adalah guyonan seorang yang memikirkan sesuatu dengan serius atau secara berlebihan (*overthinking*). Oleh karena itu, meme “Kok Bisa Ya” dikenal juga sebagai meme *overthinking*. Setiap individu akan menerima informasi yang berbeda berdasar meme yang dilihat, maka opini tiap individu penikmat meme “Kok Bisa Ya” juga akan berbeda. Sebagai bahan analisis peneliti akan mengambil beberapa versi meme “Kok Bisa Ya” yang masih menggunakan karakter awal Jong-Ha Yoon di media sosial melalui tagar #kokbisaya pada Bulan Mei-Juni 2020.

**a. Meme remaja dan percintaan**

Meme yang bertemakan cinta, yang paling banyak digunakan oleh remaja untuk mengungkapkan isi hati pada orang yang disuka. Tidak selalu mengisahkan kesenangan, namun juga kepedihan serta ejekan.



**Gambar 5.1.** Meme “Kok Bisa Ya” versi percintaan. (Sumber: Twitter/ @rabgile).

Dari teks yang dibuat dalam meme di atas, menggambarkan seseorang yang memikirkan tentang keadaan lingkungan pertemanannya yang sudah menikah. Gambar meme tersebut dapat terkait dengan seseorang yang belum mendapatkan kisah percintaannya melalui pernikahan. Terlebih jika dikaitkan dengan budaya menikah muda di Indonesia. Seakan menambah kegundahan si pembuat meme ketika teman sebayanya sudah menikah.



**Gambar 5.2.** Meme “Kok Bisa Ya” versi percintaan. (Sumber: Twitter/ @refikaa).

Meme percintaan memang melekat dengan kehidupan sehari-hari banyak orang, karena memang pada dasarnya manusia diciptakan untuk berpasangan. Dalam meme di atas, pembuat meme menyindir seseorang yang setelah putus hubungan dengan pasangannya, dengan mudah mencari pengganti.

**b. Meme sarkasme**

Meme jenis ini dimaksudkan untuk menyindir atau menyinggung suatu pihak. Bahkan dapat berupa hinaan untuk mengekspresikan kekesalan, sehingga bahasa dalam meme jenis ini jarang diperhatikan, seringkali memakai bahasa kasar.



**Gambar 6.1.** Meme “Kok Bisa Ya” versi sarkasme. (Sumber: Facebook/ @Indah).

*Fakboi* atau *Fuckboy* merupakan istilah kekinian bagi lelaki nakal yang mempermainkan perempuan atau lelaki nakal yang memiliki banyak pasangan dalam satu waktu. Kata *ga suport* yang tercantum adalah kata *ga support* yang merujuk pada pemaknaan tidak tampan atau tidak rupawan. Meme di atas merupakan sindiran keras bagi lelaki nakal yang berhasil memperdaya pasangannya padahal wajahnya kurang tampan atau bahkan tidak tampan. Sarkas tersebut dimaksudkan agar para *fakboi* segera sadar untuk tidak menjadi *fakboi* lagi.



**Gambar 6.2.** Meme “Kok Bisa Ya” versi sarkasme. (Sumber: Twitter/ @trifaliyoka).

Ngamer merujuk pada kata *khamr* dari Bahasa Arab yang berarti minuman yang memabukkan atau menghilangkan kesadaran. Sarkasme yang ditujukan pada meme ini mengarah ke suatu agama namun tidak bermaksud SARA. Sindiran keras oleh pembuat meme ini ditujukan pada oknum yang rajin mabuk-mabukan namun takut untuk makan daging babi, yang keduanya sama-sama haram atau tidak diperbolehkan dikonsumsi dalam Islam.

### c. Meme quotes

Berkebalikan dengan meme sarkasme, meme jenis ini berisikan kata-kata bijak dan motivasi. Biasanya berupa penulisan kata yang lebih dominan dibanding gambar dengan tampilan sederhana.

Kok ada ya, orang multi talent banget? Bisa nyanyi, bisa gambar, pintar, baik hati, tidak sombong, bisa mendaki gunung lewat lembah, sungai mengalir indah ke samudera



**Gambar 7.1.** Meme “Kok Bisa Ya” versi quotes. (Sumber: Twitter/ @dimasnoviandri).

Meme tersebut memberikan motivasi lewat teks yang dituliskan oleh pembuatnya. *Multi talent* adalah kemampuan seseorang yang dapat menguasai banyak hal positif dalam hidupnya. Digambarkan dalam meme tersebut lewat kekaguman karakter terhadap orang yang multi talent, dapat menggambar, bernyanyi, baik hati dan hal positif lainnya.

Kok bisa ya orang orang berbagi?



Padahal dirinya sendiri lagi kesusahan

**Gambar 7.2.** Meme “Kok Bisa Ya” versi quotes. (Sumber: Instagram/ @benihbaik).

Meme di atas menggambarkan tentang keheranan seseorang terhadap orang yang tetap mau berbagi materi padahal dalam keadaan yang susah. Meme ini bermakna motivasi untuk saling berbagi dan terus berbagi meskipun keadaan sedang sulit.

### d. Meme kritikan atau teguran

Berisikan kritik terhadap suatu hal atau pihak yang tidak sesuai aturan nilai dan norma

yang berlaku dalam masyarakat. Menggunakan kata-kata teguran maupun sindiran namun juga bersifat lucu.



**Gambar 8.1.** Meme “Kok Bisa Ya” versi kritik. (Sumber: Twitter/@waste4change).

Meme tersebut menggambarkan kegelisahan seseorang tentang sampah kemasan *sachet* yang terurai berpuluh tahun sedangkan pemakaiannya hanya hitungan menit. Tidak sebanding jika digunakan, apalagi dalam takaran berlebih. Pembuat meme mengkritik tentang pemakaian kemasan *sachet* ataupun bahan-bahan yang sulit terurai untuk produk-produk yang beredar, karena dampaknya jangka panjang meski pemakaiannya hanya sebentar.



**Gambar 8.2.** Meme “Kok Bisa Ya” versi kritik. (Sumber: Instagram/ @tanyahati\_24).

Meme yang telah diunggah di sosial media ini, memiliki teks bermakna kritik terhadap orang yang menyiram air keras pada orang lain dengan alasan tidak sengaja. Jika dikaitkan dengan isu publik yang hangat diperbincangkan baik di dunia maya maupun dunia nyata, mitos dalam meme ini berhubungan dengan kasus penyiraman air keras kepada Novel Baswedan. Kasus penyiraman yang dialami Novel Baswedan sempat menghebohkan Indonesia karena berhubungan dengan kasus korupsi besar yang ingin diungkap oleh korban. Namun kasus penyiraman air keras tersebut tak kunjung usai, hingga di tahun 2020 pelaku diganjar dengan

vonis hukuman ringan, yang menurut publik tidak sesuai dengan kerusakan mata yang didapat korban. Meme ini ingin mengkritisi hukum di Indonesia yang dirasa tebang pilih.

#### e. Meme parodi

Parodi memiliki pengertian suatu hasil karya yang digunakan untuk memelesetkan, memberikan komentar atas karya asli dengan bahasa *satire*. (Ilham: 2017)



**Gambar 9.1.** Meme “Kok Bisa Ya” versi parodi. (Sumber: Twitter/ @amanda99011).

Kiranti adalah merk produk minuman herbal yang diminum semasa haid. Meme ini dapat menjadi meme parodi karena menggambarkan keheranan orang yang belum pernah meminum produk tersebut. Meski merupakan produk herbal, orang yang belum pernah meminumnya mayoritas kaum pria, akan merasa aneh ketika meminum produk pelancar haid tersebut.



**Gambar 9.2.** Meme “Kok Bisa Ya” versi parodi. (Sumber: Twitter/ @kolHEFORT).

Parodi yang diangkat oleh pembuat meme ini adalah keanehan dalam dirinya. *Freak* berasal dari Bahasa Inggris yang berarti aneh, namun dalam hal ini bersifat negatif. Kadang bagi beberapa orang merasa diri sendiri aneh untuk orang lain maupun dirinya sendiri, dan hal itu tergambar dengan tepat pada meme “Kok Bisa Ya” yang senada dengan opini Risfan Jr.,

menggambarkan keanehan pada diri sendiri maupun orang lain.

Template meme yang memiliki makna termenung dalam berbagai keadaan tidak serta merta dipahami warganet berdasar petanda yang ada. Warganet tampak memasukkan bahasa verbal sesuai kehendak. Warganet menghubungkan template meme dengan kegiatan termenung memikirkan sesuatu yang aneh pada lingkungannya maupun sesuatu yang tengah menjadi isu di masa sekarang.

### Mitos

Berdasar data, teori dan makna konotasi yang didapat, dihubungkan dengan konvensi tata nilai yang terdapat dalam meme “Kok Bisa Ya”, menghasilkan mitos yang terkait dengan ideologi dominan di masa sekarang. Mitos dalam meme “Kok Bisa Ya” adalah suatu kegiatan memikirkan hal yang aneh pada lingkungannya secara berlebihan. Sehingga tidak salah jika meme meme “Kok Bisa Ya” disebut juga sebagai meme *overthinking*.

### Pengaruh dari Meme “Kok Bisa Ya”

Pengaruh dan dampak meme “Kok Bisa Ya” berdasarkan pengalaman pribadi peneliti yang mengikuti arus perkembangan media sosial dan isu yang berkembang di masyarakat sekitar, meme tersebut memiliki pengaruh positif maupun negatif dari pesan tersembunyi di dalamnya.

Dampak positif yang terdapat dalam meme “Kok Bisa Ya” turut meramaikan fenomena meme yang beredar di media sosial, sehingga meme dapat berkembang tidak hanya untuk candaan, namun juga sebagai ungkapan kata hati dari para pembuatnya. Selain itu, meme “Kok Bisa Ya” dapat menjadi bahan renungan untuk warganet jika dapat memilih dan memilah yang baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Mengajarkan intropeksi diri dengan merenung.

Dalam meme “Kok Bisa Ya” juga terdapat dampak negatif. Seperti penggunaan kata kasar dalam meme tersebut, kritikan yang tidak membangun, dan lainnya. Meski meme “Kok Bisa Ya” yang disebut juga meme *overthinking* berhubungan dengan keadaan masyarakat menggunakan penyampaian sarkasme atau gaya tertentu, meme ini dikhawatirkan membawa

kebiasaan *overthinking* bagi pengguna media sosial.

Menurut Silmi (2019), polemik kehidupan dapat menyebabkan seseorang *overthinking* atau pikiran berlebih dan lebih lanjut dapat menyebabkan masalah pada mental seseorang, hingga mungkin menyebabkan seseorang bunuh diri karena kekhawatiran pada masalah yang dihadapi. Oleh sebab itu, meme ini dapat menyebabkan dampak negatif maupun dampak positif tergantung pemaknaan masing-masing individu.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan teori yang telah disampaikan peneliti melalui metode analisis Roland Barthes pada meme “Kok Bisa Ya”, dapat disimpulkan bahwa :

Pertama, meme merupakan suatu karya yang telah ada sejak lama, hingga kini tersebar melalui dunia maya, khususnya media sosial. Meme terdiri atas gambar, foto, teks, video dan lainnya. Pada meme “Kok Bisa Ya”, meme berbentuk ilustrasi dua dimensi yang mengundang tawa warganet.

Kedua, melalui analisis tanda, meme “Kok Bisa Ya” memiliki penanda yaitu gambar keseluruhan dari meme “Kok Bisa Ya” dan memiliki petanda yaitu bentuk visual dari karakter berkepala gundul yang tengah termenung. Sedangkan melalui analisis makna Roland Barthes, meme “Kok Bisa Ya” memiliki makna denotasi, makna konotasi, dan mitos. Makna denotasi meme “Kok Bisa Ya” adalah wujud manusia yang tengah termenung dengan posisi duduk maupun posisi berbaring. Makna konotasi yang terdapat dalam meme “Kok Bisa Ya” yaitu seseorang yang tengah termenung memikirkan sesuatu dalam kegiatannya sehari-hari. Dan mitos dalam meme “Kok Bisa Ya” adalah seseorang yang tengah berpikir serius atau berpikir berlebihan (*overthinking*).

Ketiga, meme “Kok Bisa Ya” dapat berdampak positif maupun negatif bergantung pada pengalaman serta pengetahuan individu yang memaknainya. Namun pada dasarnya meme “Kok Bisa Ya” memiliki tujuan untuk menghibur dan menyampaikan pesan bagi masyarakat dalam media sosial.

Saran dari peneliti pada pembaca, agar lebih menghargai meme sebagai suatu karya yang dapat memengaruhi khalayak umum. Agar penikmat meme tidak hanya menikmati meme saja, namun mengambil nilai yang terdapat di dalamnya, serta lebih jauh dapat mengembangkan meme dan menjadikannya peluang di kehidupan. Meme selalu ada dan mungkin menjadi salah satu fenomena di media sosial, untuk itu hendaknya sebagai warganet dapat memilih dan memilah meme yang baik dan tidak baik untuk dikonsumsi dan dibagikan. Saran untuk peneliti berikutnya yang ingin membahas meme, peneliti sebaiknya mencari dan menyelidiki latar belakang narasumber yang diwawancara dan sumber data gambar meme agar menghindari kesalahan informasi yang diberikan. Serta peneliti lain bisa meneliti meme-meme yang viral pada masanya, lebih baik lagi meme yang tidak lekang oleh waktu.

#### REFERENSI

- Allifiansyah, Sandy. 2016. "Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 13, No. 2, pp. 151-164.
- Asri, Rahman. 2018. "Konstruksi Realitas Kecerdasan Anak: Analisis Semiotik Barthes Iklan Susu Formula Anak di Televisi". *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, Vol. 2, No. 1, pp. 43-65.
- Asriningsari, A., Umayu, N.M. 2010. *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*. Semarang: IKIP PGRI Semarang Press.
- Brodie, R. 2014. *Virus of the mind : The new science of the meme*. Washington: Integral Press.
- Hakim, L.N. 2015. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara terhadap Elit". *Jurnal Aspirasi*, Vol. 4, No. 2, pp. 165-172.
- Handayani, Rifki. 2019. "Wajah Kota Bekasi pada Meme dalam Media Sosial Facebook : Kajian Semiotika Barthes". *Jurnal Metabasa*, Vol. 11, No. 1, pp. 6-11.
- Ilham, Muh. 2017. "Representasi Budaya Populer Meme Comic Indonesia (Analisis Semiotika Meme dalam Fanpage Meme Comic Indonesia)". *Skripsi Universitas Hasanuddin*.
- Juditha, Christiany. 2015. "Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung". *Jurnal Pekommas*, Vol. 18, No. 2.
- Moelong, L.J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhid, Abdul. 2016. "Peranan Filsafat Ilmu Terhadap Pendidikan". *Jurnal Dedikasi*, Vol. 35, No. 2, pp. 73-83.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: UNS Press.
- Pratnyawan, Agung. (2020). "Viral Meme Overthinking, Terungkap Sosok di Baliknyanya" diakses pada Tanggal 1 Juli 2020, dari <http://www.google.com/amp/s/m.hitekno.com/internet/2020/06/27/160000/viral-meme-overthinking-terungkap-sosok-di-baliknyanya>
- Rachmawati, I.N. 2007. "Penelitian Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara". *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol. 11, No. 1, pp. 35-40.
- Rokhmansyah, dkk. 2018. "Penggunaan Kata Seru sebagai Fourgrounding dalam Novel Durga Umayi Karya Y. B. Mangunwijaya: Kajian Stilistika". *Jurnal Madah*, Vol. 9, No. 1, pp.31-44.
- Silmi, V.I. (2019). "Retorika Komunikator Publik: Kampanye Kesehatan Mental Bagus P. Santoso Sebagai Pengidap Bipolar Disorder" diunduh pada Tanggal 1 Juli 2020, dari [http://www.academia.edu/41266337/Retorika\\_Komunikator\\_Publik\\_Kampanye\\_Kesehatan\\_Mental\\_Bagus\\_P.\\_Santoso\\_Sebagai\\_Pengidap\\_Bipolar\\_Disorder](http://www.academia.edu/41266337/Retorika_Komunikator_Publik_Kampanye_Kesehatan_Mental_Bagus_P._Santoso_Sebagai_Pengidap_Bipolar_Disorder)
- Sugandi, M. S. 2016. Representasi Makna Qurban dalam Budaya Populer: Membaca Konsumerisme melalui Analisis Semiotika Barthes Iklan Cetak PKPU Kurbanmu Kendaraanmu". *Jurnal LISKI*, Vol. 2, No. 2, pp. 147-179.
- Sugiono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Swandayani, Dian. 2005. "Tokoh Cultural Studies Prancis: Roland Barthes". *Makalah Seminar Internasional Rumpun Sastra*, pp. 1-12.