

**PESAN SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL  
(Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram  
@keresahan.uin.saizu)**



Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Oleh:

**IRHAM HANIF ABRIYANTO  
NIM 1817102063**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irham Hanif Abriyanto

NIM : 1817102063

Jenjang : Strata 1

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Judul Skripsi : Pesan Sosial Melalui Media Sosial (Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @keresahan.uin.saizu)

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang ditulis merupakan hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.



Purwokerto, 11 Juli 2022  
Saya yang menyatakan,



Irham Hanif Abriyanto  
NIM. 1817102063





## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

### **PESAN SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL (Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @keresahan.uin.saizu)**

Yang disusun oleh **Irham Hanif Abriyanto**, NIM. **1817102063**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **11 Juli 2022**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S. Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom.  
NIP. 19870525 201801 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji II

Ageng Widodo, M.A.  
NIP. 19930622 201903 1 015

Penguji Utama

Turhamun, M.S.I.  
NIP 19870202 201903 1 011

Mengesahkan,  
Purwokerto, ..26-7-22..  
Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.  
NIP. 19691219 199803 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, serta perbaikan seperlunya terhadap penelitian skripsi dengan,

Nama : Irham Hanif Abriyanto  
NIM : 1817102063  
Jenjang : Strata 1  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **Pesan Sosial Melalui Media Sosial (Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram @keresahan.uin.saizu)**

Saya menyatakan bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial.

*Wassalamu'alaikum Wr, Wb*

Purwokerto, 5 Januari 2022

Pembimbing,



Dr. Abdul Wachid B.S., S.S., M.Hum  
NIP.196610072000031002



**PESAN SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL  
(Analisis Semiotika Roland Barthes Akun Instagram  
@keresahan.uin.saizu)**

**Irham Hanif Abriyanto  
NIM. 1817102063**

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi pada era digital menciptakan ragam aktivitas bermasyarakat yang tak lepas dari media elektronik, salah satunya dalam bermedia sosial pada Instagram. Dalam hal demikian, pemanfaatan pada kemajuan era digital juga dilakukan untuk penyampaian pesan sosial dari suatu fenomena, baik dalam lingkup skala kecil maupun skala besar yang melahirkan berbagai macam inovasi pada budaya siber.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan sosial pada konten akun @keresahan.uin.saizu dalam pemanfaatan era digital melalui media Instagram pada materi konten meme. Dengan menggunakan analisis teori semiotika Roland Barthes guna mengetahui makna pesan sosial yang tersusun dari sebuah tanda, denotasi, konotasi dan mitos pada gambar meme. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode pengumpulan menggunakan data observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian pada temuan pesan sosial melalui media sosial akun Instagram @keresahan.uin.saizu yaitu meliputi teknik asosiasi serta makna pesan sosial yang mencakup didalam Tanda, Denotasi, Konotasi serta Mitos menggunakan acuan dari melalui gambar postingan meme konten meme di akun @keresahan.uin.saizu.

**Kata Kunci: Meme, Pesan Sosial, Instagram, Semiotika Roland Barthes**

## MOTTO

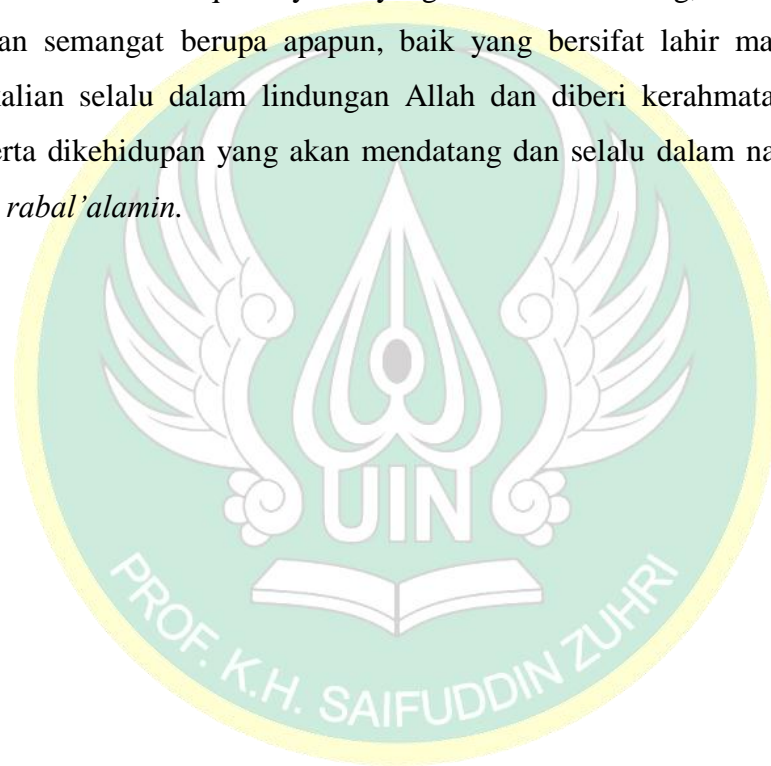
**فَتُكْسَرُ يَابِسًا وَلَا فَتُعْصَرُ رَطْبًا تَكُنْ لَا**

*"Janganlah engkau bersikap lemah, sehingga kamu akan diperas. Dan jangan pula engkau bersikap keras, sehingga kamu akan dipatahkan." -Al Mahfudzot*



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT serta shalawat salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperoleh dan menyelesaikan pendidikan jenjang S1. Peneliti mempersembahkan penelitian ini dengan segenap kerendahan hati yang paling dalam teruntuk kedua orang tua yakni Alm. Bapak Anang Abriyanto dan Ibu Partiyem, serta adik-adik tercinta Rangga Dwi Nugroho Abriyanto dan Abbas Faiq Abriyanto yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat berupa apapun, baik yang bersifat lahir maupun batin. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah dan diberi kerahmatan di dunia, akhirat, serta dikehidupan yang akan mendatang dan selalu dalam naungan-Nya. *Aamiin ya rabal'amin.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sahalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda junjungan nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'atnya di hari yang akan datang kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan terima kasih penulis hanturkan kepada:

1. Prof. Dr. K. H. Moh. Roqib, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, M.A. selaku Ketua Jurusan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dan Pembimbing Akademik penulis yang telah memberikan banyak dedikasi dan arahan bagi mahasiswa dan penulis secara khusus.
4. Dr. Abdul Wachid B.S., S.S., M. Hum, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan memberikan banyak bimbingan.
5. Seluruh Dosen hingga Staf Fakultas Dakwah khususnya Jurusan KPI yang telah memberikan ilmunya yang kelak akan bermanfaat bagi penulis.
6. Alm. Bapak Anang Abriyanto dan Ibu Partiyem serta adik-adikku Rangga Dwi Nugroho Abriyanto dan Abbas Faiq Abriyanto selaku keluarga juga kedua orang tua penulis yang telah mengorbankan lahir batin dan doa semangat yang selalu menyertai penulis hingga di titik saat ini.
7. Jajaran admin dan pengelola akun Instagram @keresahan.uin.saizu yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini.



8. Farhan Syarofi, Afriansyah, M. Fauzi, Diyah Alifah Afiani, M. Nadhif Nasrullah, Yusril Ihya Nureza, Nindi Aldama, Nurfaizi Ramadhan, Khoirul Ikhwan Nur Fadli, Naela Sa'adah, Cita Najma Zenitha, Haidar Hilmy Al Fariz, Umi Uswatun Hasanah, Umul Faidah, Mirra Saefunnisa, M. Alfian Baihaqi, A. Aulia Imron Sadewo dan Aziz Herliawan yang telah memberikan bantuan eksternal, arahan secara intens dan semangat dalam kepenulisan skripsi ini.
9. Seluruh kawan-kawan serta keluarga penulis BTR KNTL, Komunitas Pegerak Sosial (KOMPOS), Ikatan Mahasiswa JABODETABEK, PESMA An-Najah, DEMA Fakultas Dakwah Kabinet Cakrawala, Yayasan Argowilis Cilongok Banyumas, Kost Kalimosodo/Padepokan Kober, Forum Kerukunan Umat Berekstra, Segenap Warga Remaja Kampung Pupar Cakung, KPI B 18 dan rekan seperjuangan UIN Saifuddin Zuhri yang tak pernah jemu memberi semangat dukungan serta mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
10. Segenap Keluarga besar penulis yang selalu senantiasa memberikan dukungan.
11. Ucapan terima kasih yang sangat mendalam kepada segenap teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu namun tak mengurangi rasa hormat yang telah memberikan bantuan berupa materi, motivasi, ditumpanginya tempat tinggalnya, digunakan kamar mandinya hingga diminta rokok-nya, dan lain-lain. Semoga kalian selalu dalam limpahan rizki-Nya dan naungan-Nya dimana pun kalian berada. Semoga atas izin Allah SWT penulis kelak diberi kesempatan membalas kebaikan kalian di kemudian hari kelak, *amiin ya rabbal alamin*.
12. *Last but not least. I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for always being a giver, and tryna do more right than wrong, for just being me at all the times.*

Dengan ini peneliti menyadari, bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dalam kepenulisan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti berharap kritik serta saran yang membangun bagi penulis. Besar harapan semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca. Sekian dan terima kasih.

Purwokerto, 12 Desember 2021  
Peneliti,



Irham Hanif Abriyanto  
NIM. 1817102063



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Dan Manfaat .....	7
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II : MEME, PESAN SOSIAL, INSTAGRAM, DAN SEMIOTIKA.</b>	
A. Meme .....	13
1. Pengertian Meme .....	13
2. Fungsi Meme .....	14
3. Jenis-Jenis Meme .....	15
B. Nilai Sosial .....	20
1. Nilai Material .....	21
2. Nilai Vital .....	21
3. Nilai Spiritual .....	22
C. Instagram .....	23
D. Semiotika .....	34

<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
	A. Pendekatan Penelitian .....	39
	B. Waktu dan Objek Penelitian.....	40
	C. Sumber Data.....	40
	D. Metode Pengumpulan Data.....	44
	E. Analisis Data .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Hasil Penelitian .....	46
	B. Pembahasan.....	46
<b>BAB V</b>	<b>: PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	67
	B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Screenshot</i> Profile akun Instagram @keresahan.uin.saizu.
Gambar 2	Contoh Meme Kritik
Gambar 3	Contoh ke 2 Meme Kritik
Gambar 4	Contoh Meme Parodi
Gambar 5	Contoh Meme Motivasi
Gambar 6	Contoh Meme Politik
Gambar 7	Contoh Meme Remaja dan Asmara
Gambar 8	Contoh ke 2 Meme Remaja dan Asmara
Gambar 9	Profile Akun @keresahan.uin.saizu



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu, kita tidak bisa pungkiri bahwa peradaban dan perkembangan media teknologi tidak bisa dihindari, khususnya dalam media elektronik dan informasi digital pada saat masa-masa pandemi Covid-19. Saat ini, hampir semua aktivitas dilakukan dengan jarak jauh (*online*) menggunakan media elektronik seperti *smartphone*, gadget, gawai sebagai sarana serta dukungan oleh berbagai aplikasi media sosial sebagai perantaranya.<sup>1</sup>

Hal ini dipertegas oleh Bardigan yang berpendapat bahwa, perkembangan media informasi dengan dukungan teknologi internet pada saat ini menyediakan kebutuhan yang sebelumnya tidak tersedia, terlebih untuk konteks informasi yang bersifat massa pada masa yang akan mendatang. Kemudian sejalan dengan Galbraith, media teknologi informasi didefinisikan menjadi sebuah aplikasi yang sistematis dari perkembangan ilmu pengetahuan dan dikembangkan untuk kemaslahatan umat manusia.<sup>2</sup>

Media massa hakikatnya berupaya memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai aspek sosial yang terjadi dalam kehidupan. Kehadiran media massa dalam hal komunikasi, informasi elektronik, dan media sosial perlahan menjadi tolak ukur kehendak masyarakat sebagai sumber informasi yang dibutuhkan. Schraam berpendapat, bahwa salah satu fungsi tugas pokok komunikasi pada media informasi elektronik yaitu, memberikan masyarakat kesempatan untuk berekspresi dalam proses pembuatan kebijakan atau menyampaikan suatu pesan guna menuju perubahan

---

<sup>1</sup>Muchammad Bayu Tejo Sampurno, dkk, "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19", *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I*, FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol. 7, No. 6 (2020). Hal. 52.

<sup>2</sup>Amar Ahmad, "Perkembangan Media Online dan Fenomena Disformasi", *Jurnal Perkonnas*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar, Vol. 16, No. 3 (2013). Hal. 177.

berupa memperluas dialog, mendengarkan pendapat, dan menciptakan arus informasi dari atas kebawah atau sebaliknya.<sup>3</sup>

Dalam hal menyampaikan suatu pesan sosial kepada hal layak, umumnya kita perlu melakukan tindakan yang dirasa konservatif. Akan tetapi, dengan kemajuan teknologi yang mendukung seperti sekarang tentunya lebih memudahkan kebutuhan untuk menyampaikan pesan sosial melalui kemajuan teknologi internet melalui media sosial. Peranaan media sosial juga dapat memudahkan penggunanya untuk membangun jejaring dengan siapapun, kapanpun, dan dimanapun lebih efisien.<sup>4</sup>

Dari data yang penulis kutip dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mensurvey, pengguna platform Internet di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 220 juta jiwa atau sekitar 77,8% dari keseluruhan penduduk Indonesia. Berdasarkan data tersebut, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet tiga sampai empat jam sehari dengan aktivitas yang paling populer; komunikasi lewat pesan (24,7%), sosial media (18,9%), mencari informasi terkait pekerjaan (11,5%), mencari data terkait sekolah/kuliah (9,6%), mengisi waktu luang (6,5%), bermain game online (5,7%), membaca berita di media online (5,5%), dan nonton film atau video (5%).<sup>5</sup> Demikian melalui data yang telah disinggung, bahwa Instagram merupakan bagian aplikasi termarak di kalangan mayoritas kawula muda yang jika di akumulasi terdapat 97,9% yang jika dikumulatifkan dari segala perangkat termasuk *Smartphone*. Juga dari data dukungan *review*, total unduhan sebesar 1 juta lebih dan rating bintang lima di Google Play.<sup>6</sup>

Penulis tertarik menyoroti pesan sosial pada konten meme dalam akun Instagram @keresahan.uin.saizu, sebuah akun Instagram berbasis *fanpage*

---

<sup>3</sup>Said Lestaluhu, Peran Media Cetak dalam Mengawal Kebijakan Publik di Kota Ambon, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 19, No. 1 (2015). Hal. 4.

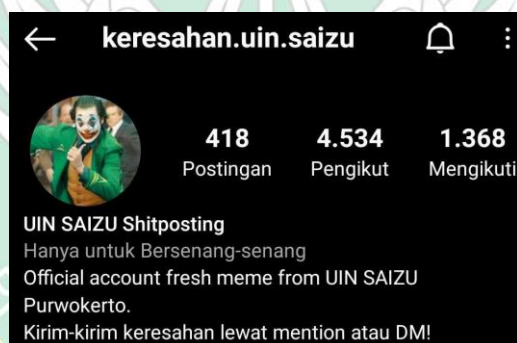
<sup>4</sup>Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia”, *Jurnal Publiciana*, Vol. 9, No. 1 (2016). Hal. 140.

<sup>5</sup>Rifan Tri Yulianto, *Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX, Skripsi*, (Purwokerto: Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020). Hal. 1-2.

<sup>6</sup>Nidia Zuraya, Dalam artikel wawancara situs Republik.co.id Diakses melalui web <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/rd7lbq383> Pada 16 Juli 2022, 19:32 WIB.

yang dikelola oleh sekelompok himpunan mahasiswa UIN K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto. Kiat dalam kegiatannya, penulis mengamati dan mendapat beberapa postingan meme yang mengandung pesan sosial tentang seputar mahasiswa pada umumnya dan khususnya perguruan tinggi seperti perihal kebijakan, politik, keseharian mahasiswa, hingga aktivitas di kampus UIN K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto sendiri.

Kemudian dalam jumlah *followers* akun tersebut telah mencapai kurang lebih hampir lima ribu pengikut yang kemungkinan paling banyak merupakan mahasiswa UIN K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sendiri. akun tersebut memiliki *insight* peningkatan minat ketertarikan dari mahasiswa UIN K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto maupun dari luar yang sangat signifikan, akun ini aktif dalam memulai memposting meme dalam kurun waktu satu tahun belakangan ini dan menjadi salah satu *pioneer* akun kampus berbasis *shitposting* di UIN K. H. Saifudin Zuhri Purwokerto.<sup>7</sup>



**Gambar 1: Profile Akun Instagram @keresahan.uin.saizu**

Penulis juga mengamati kehadiran akun tersebut menjadi salah satu media massa dalam memberikan informasi yang tepat, objektif, dan sensasional sehingga membuat apapun yang ditampilkan dalam postingan tersebut selalu menuai respon yang sifatnya tidak terlepas dari pro maupun kontra. Kemudian dengan dasar yang telah disebutkan menurut para ahli, konten meme dapat menyebar pesat dengan berbagai motif yang melandasi

<sup>7</sup>Profile akun Instagram @keresahan.uin.saizu, Diakses melalui web [https://instagram.com/keresahan.uin.saizu?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/keresahan.uin.saizu?utm_medium=copy_link), Pada 26 Oktober 2021, 19:32 WIB.



seperti mengkritik, menyindir, informatif, menghibur, hingga manajemen pergerakan massa yang teroganisir sebagai propaganda dalam bermedia.<sup>8</sup>

Meme berkembang menjadi sebuah gaya komunikasi baru yang mengandung muatan pesan sebagai sarana media untuk menyampaikan pesan sosial dengan konten berupa gambar atau video terstruktur, sehingga membentuk norma *cyberculture* yang dianut dalam suatu kelompok lingkup media tertentu.<sup>9</sup> Selain itu, Meme menyebar dari satu pengguna platform digital ke pengguna platform digital lainnya lewat fitur *share* (berbagi) atau menggunakan tangkap layar *Screenshot*. Meme juga merupakan bagian dari produk berupa karakteristik suatu sudut pandang, tercipta maupun diciptakan, dan menyebar dengan dukungan jaringan internet.<sup>10</sup>

Kemudian apa yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk menjadikan judul untuk diteliti, dikaji, serta dikembangkan untuk bidang keilmuan maupun segala aspek yang berhubungan dengan apa yang menjadi bahan penulis teliti. Menyampaikan pesan sosial dengan cara kreatif akan menjadi inovatif, lebih halus diterima, menumbuhkan nalar kritis, kepekaan sosial, serta bagian dari nilai-nilai dalam langkah bijak bermedia sosial.

## B. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami penafsiran serta memperoleh satu kesatuan yang jelas, penulis perlu menegaskan kembali pengertian istilah-istilah yang terkandung pada penelitian, yaitu:

### 1. Meme

Meme merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani kuno dengan arti imitasi atau tiruan. Dalam unsurnya, meme mengandung unsur verbal dan visual yang saling mendukung satu sama lain, aspek

---

<sup>8</sup>Rini Damayanti, Pemaknaan Pragmatik dalam Teks Meme di Instagram, *Jurnal Ilmiah FONEMA: Jurnal Edukasi Bahasa dan Sastra Indonesia*, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Vol. 2, No.1, (2019), Hal. 46.

<sup>9</sup>Sandi Allifiansyah, Kaum Muda, Meme dan Demokrasi Digital di Indonesia, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Gadjah Mada, Vol. 13, No. 2 (2016). Hal. 151-152.

<sup>10</sup>Chintya Dwi Puspitasari, Arie Prasetyo, Representasi Gaya Humor Dalam Meme Politik, *Jurnal e-Proceeding of Management*, Telkom University, Vol. 6, No.3 (2019). Hal. 3.

verbal meme meliputi monolog dan dialog, sedangkan dari segi visual yaitu meliputi; gambar, foto atau bentuk suatu karakter. Meme juga dapat dikaitkan sebagai bentuk dari suatu ekspresi, fungsinya sendiri berguna untuk memperoleh informasi lewat muatan pesan pada media elektronik dan platform media sosial pada perkembangan saat ini.

Dari sekian unsur-unsur yang telah dijelaskan, meme sendiri tercipta atau diciptakan lewat proses replikasi serta modifikasi dengan penyesuaian untuk membahas topik tertentu dan terkini. Saat ini meme telah menjadi sebuah konten yang mudah ditemukan di berbagai *platform* media sosial dan lewat mesin pencari internet seperti google dan lain-lain. Jika meninjau dari sudut budaya visual internet serta konsep, hal ini telah banyak diperdebatkan sebelum era digital hingga menjadi *siber culture* pada budaya internet hingga saat ini.<sup>11</sup>

Ditambah saat ini semua orang erat dengan *smartphone* yang mempermudah dan mendukung dalam hal berkomunikasi, dengan demikian juga yang menjadi alasan akurat konten meme dapat tersebar dan menjadi hiburan dikalangan remaja hingga dewasa.

## 2. Media Sosial

Canagra berpendapat bahwa media merupakan suatu alat atau sarana sebagai perantara untuk menyampaikan pesan melalui komunikator kepada khalayak. Media juga merupakan kata yang berasal dari bahasa latin yaitu *medius* dengan arti bahan, alat, atau teknik.<sup>12</sup> Perlu digarisbawahi dalam hubungan kata media mengandung varian multitafsir, maka yang dimaksud penulis disini ialah Media yang merujuk ke arah *platform* komunikasi yaitu aplikasi media sosial.

Media sosial merupakan bagian dari *New Media* yang menawarkan *development of network* dengan memberikan hak bagi pengguna terkait keamanan privasi, pembuatan pesan, penyampaian,

---

<sup>11</sup>Christiany Juditha, Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung, *Jurnal Pekomnas*, Vol.18, No. 2 (2015), Hal. 106-108.

<sup>12</sup>Maya Sari Sasmito, Pemanfaatan Media Sosial Facebook Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia, *Jurnal Media Aplikom*, STIKOM Yos Sudarso, Vol. 4, No. 4 (2015), Hal. 43.

menyaring informasi secara selektif, hingga melakukan banyak berbagai pilihan-pilihan yang diinginkan dengan penawaran fitur yang tersedia. Hal tersebut juga tidak lepas dari media sosial yang akan menjadi objek penelitian yang penulis teliti sendiri yaitu Instagram.<sup>13</sup>

### 3. Pesan Sosial

Pesan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang tidak terlepas dari sebuah simbol dan kode. Canagra berpendapat, sesuatu tindakan yang dilakukan dengan komunikasi atau berkomunikasi melalui sumber kepada penerima itulah yang dimaksud pesan. Pesan juga diklasifikasi menjadi verbal dan non verbal yang mewakili suatu perasaan, nilai, gagasan, dan lain-lain yang telah demikian disebutkan.

Sejalan dengan Canagra, menurut Effendy pesan dibagi menjadi tiga komponen yang meliputi Makna, Simbol yang akan digunakan untuk penyampaian makna (media), dan bentuk serta orientasi pesan. Definisi dari pesan juga adalah sebagai suatu seperangkat makna yang bermakna melalui komunikator.<sup>14</sup>

Kemudian nilai sosial merupakan sesuatu yang terdapat pada segenap kehidupan manusia secara pribadi maupun bermasyarakat. Dengan demikian, setiap masyarakat memiliki dan menganut nilai-nilai sosial yang mungkin berbeda dari masyarakat lainnya. Nilai sosial juga merupakan prinsip, patokan, anggapan, yang patut dipatuhi, dianggap benar, baik serta berharga bagi segenap masyarakat menurut Suhardi.<sup>15</sup>

Setiap generasi selalu melahirkan dan mewarisi nilai-nilai sosial yang telah ada dan kapan terbentuknya juga tidak diketahui pasti. Namun, sebuah prinsip atau keyakinan yang telah dianggap nilai sosial apabila msasyarakat menyepakati secara konsensus.

---

<sup>13</sup>Errika Dwi Setya Watie, Komunikasi dan Media Sosial, *Jurnal THE MESSENGER*, Vol. 3, No.1 (2011), Hal. 70-71.

<sup>14</sup>Dewi Nurhidayah, Representasi Makna Pesan Sosial Dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika, *Jurnal Online Kinesik*, Universitas Tadukolo, Vol. 4, No. 1 (2017), Hal. 141.

<sup>15</sup>Dewi Nurhidayah, Representasi Makna Pesan Sosial Dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika, *Jurnal Online Kinesik*, Universitas Tadukolo, Vol. 4, No. 1 (2017), Hal. 143.

#### 4. Instagram @keresahan.uin.saizu

Akun @keresahan.uin.saizu merupakan sebuah akun Instagram bergenre *Shitpost* yang menyajikan konten-konten gambar dan video bertemakan perguruan tinggi umum dan fokus dengan menerapkan *cyber culture* serta unsur meme pada unggahan postingannya. Dalam setiap postingannya, akun @keresahan.uin.saizu juga kerap kali menimbulkan hal pro dan kontra dalam memaknai dan beropini pada kanal akun tersebut. Memiliki 4.560 pengikut dan 420 postingan terhitung sejak tahun 2022 belakangan ini.

### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pesan sosial pada konten meme akun Instagram @keresahan.uin.saizu?

### D. Tujuan dan Manfaat

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis muatan pesan sosial pada konten *meme* Instagram akun @keresahan.uin.saizu.

#### 2. Manfaat Penelitian

##### a. Secara Teoritis:

- 1) Memberikan informasi tentang keilmuan terkait perkembangan era modernisasi digital, pesan sosial, dan sarana pendukung lainnya.
- 2) Dijadikan bahan rujukan dalam perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan komunikasi khususnya yang berkaitan dengan konten meme, pesan sosial, semiotika Roland barthes, dan yang tercangkup dalam penelitian ini.

##### b. Secara Praktis

- 1) Penulisan skripsi ini bisa menjadi referensi pengetahuan dalam era digitalisasi untuk mengasah kreativitas hingga menjadi sebuah



inovasi dalam menyampaikan pesan sosial, yang kemudian diaplikasikan melalui digitalisasi kemajuan teknologi pada saat ini maupun masa yang akan mendatang.

- 2) Memberi manfaat, pengetahuan, pemahaman dalam menangkap informasi, serta bijak dalam bermedia sosial dari berbagai segi aspek masyarakat dalam beselancar di media sosial.

### **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan upaya dari penulis untuk mencari kecocokan serta kemiripan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh peneliti lain yang mengerjakan penelitian serupa, sehingga penulis mencoba mengambil beberapa jenis sumber terdahulu seperti jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi sebagai acuan. Peneliti mengambil sumber yang merujuk dengan Meme, Pesan Sosial, Media sosial, dan Semiotika terhadap regulasi yang berbeda dan mendekati persamaan atau kemiripan judul yang penulis sendiri rancang. Demi menghindari penelitian yang sama atau plagiasi, peneliti diantaranya mengambil sumber sebagai berikut:

Pertama dalam Jurnal berjudul “Pesan Sosial Dalam Foto Jurnalistik (Analisis Semiotika Dalam Buku ‘Jakarta Estetika Banal’ Chapter I, II, III, V dan VII)” Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang oleh Jaka Priyo Nuswantara. Dalam hal ini, Jaka meneliti tentang isi pesan sosial dalam sebuah karya buku jurnalistik hasil karya Erik Prasetya seorang fotografer sekaligus jurnalistik dokumenter.

Dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, Jaka mempresentasikan kehidupan sosial masyarakat yang berdiam diri di kota Jakarta dengan konsep ringan nan natural untuk dinikmati. Jaka mengambil beberapa foto gambar terkait yang akan diteliti di dalam buku karya Erik yang menjadi objek. Berbekal menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes penelitian Jaka memberikan kesan yaitu tentang kepedulian terhadap masyarakat dalam kehidupan kota Jakarta.

Dari penelitian Jaka akhirnya menghasilkan kesimpulan, bahwa indeks dari sebuah potret di dalam suatu karya yang diteliti, terdapat nilai-nilai lokalitas dalam warga Jakarta. Kumpulan makna-makna yang terdapat pada foto-foto yang akhirnya memberikan kesimpulan pada penelitian tersebut arti dan tujuan dari buku yang berjudul ‘Jakarta Estetika Banal’ bahwa sebagai manusia kita harus saling membantu masyarakat lain yang membutuhkan dan peduli dengan sekitar khususnya ibu kota Jakarta.

Persamaan penelitian Jaka Priyo Nuswantara dengan peneliti yaitu sama-sama membahas pesan sosial dengan menggunakan kajian semiotika Roland Barthes, yang dimana perbedaannya pada objeknya yaitu dimana peneliti membahas objek pada konten media sosial dengan perbedaaan, Jaka meneliti objek salah satu karya buku jurnalistik dokumenter.

Kedua, dalam jurnal yang berjudul “Analisis Semiotika Kritik Sosial dalam Balutan Humor pada Komik Faktap” oleh Alifia Hanifah Luthfi. Di sini Alifia menjelaskan salah satu komik strip dari Indonesia, yaitu komik Faktap dengan genre komedi yang dirilis pada 8 Oktober 2016, kemudian dengan pengoprasian jadwal publikasi pada setiap seminggu dua kali pada hari kamis dan minggu lewat pengunggahan aplikasi media sosial di dua *platform* yaitu Line Webtoon dan Instagram. Author/Page ini Memiliki lebih dari 300 episode, dengan ulasan rating di Webtoon yang bisa dikatakan cukup tinggi yaitu, 9,30/10 pada tahun 2019.<sup>16</sup>

Tema yang tertulis dalam penelitian Alifia dan objek yang dikaji ialah, mengangkat isu-isu sosial yang terjadi pada segala aspek dengan pesan kritik sosial yang disampaikan melalui komik-komik cerita humor satire. Dengan mengungkapkan kritik sosial melalui *new digital* dan dibalut konten-konten komik humor, dan masyarakat sebagai audiens dari user pengguna media sosial tersebut juga bisa menyampaikan pesan dan kritik melalui fitur komentar pada tiap postingannya.

---

<sup>16</sup>Alifiah Hanifah Luthfi, “Analisis Semiotika Kritik Sosial dalam Balutan Humor Pada Komik Faktap”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 17, No. 1, (2020), Hal. 20.

Penelitian ini menganalisis objek akun komik Faktap menggunakan kajian semiotika, dimana kajian tersebut mempelajari tanda-tanda dan semua yang berhubungan serta fungsinya. Dalam penelitiannya, Alifia menggunakan metode kualitatif, menggunakan sumber data primer, dan menggunakan sumber data sekunder. Dengan analisis semiotika, Alifia juga melakukan segala cakupan pemilahan datanya melalui prosedur yang telah ditetapkan oleh metode tersebut.

Perbedaan serta persamaan penulis dengan yang Alifia teliti sendiri yaitu, memiliki kesamaan penelitian tentang nilai, pesan, hingga kritik isu-isu sosial dengan kajian semiotika. Objek penelitian yang sama-sama menganalisis akun-akun berbasis meme, *fanpage*, *shitposting* atau sejenisnya di media sosial. Sementara dari segi perbedaan, penulis lebih menganalisa langsung pesan sosial melalui postingan *meme*. Peneliti melakukan observasi secara dokumentasi dan menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk mengetahui pesan sosial yang disampaikan di akun Instagram @keresahan.uin.saizu.

Terakhir yaitu dalam skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta 2019 yang berjudul, “Pesan Kritik Sosial dalam Komik Bergenre Humor di Media Sosial Instagram” oleh Arik Setiawan. Dalam penelitian ini, Arik meneliti tentang penjelasan komik yang berisi kritik menyinggung terhadap seseorang, instansi, atau pihak tertentu yang disampaikan melalui humor gaya satire. Berisi sindiran yang dapat diterima oleh netizen yang di upload di akun instagram @komiklus.

Metode yang digunakan Arik dalam penelitiannya sama seperti apa yang dilakukan oleh penulis yaitu, studi kasus kualitatif dengan metode yang lebih menekankan isi dari informasi dari suatu konten yang diteleti tersebut. Serta, menggunakan teknik analisis semiotika dengan teori intertekstual sambil menggunakan sumber bahan lain sebagai kajian untuk memahami unsur komik.

Hasil dari penelitian saudara Arik Setiawan menyimpulkan, bahwa kritik dan nilai sosial juga dapat disampaikan melalui komik bernuansa humor lewat unggahan sosial media Instagram dan menjadi sarana alternative penyampaian pesan kritik yang mudah diterima oleh masyarakat luas khususnya pengikut dan pengguna Instagram @komiklus. Juga dari penulis yang telah dipaparkan, perbandingan dari penulis dengan saudara Arik jelaskan sudah terlihat dari beberapa aspek, yaitu objek kajian dan yang telah dijabarkan pada bagian rumusan masalah.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan dan mengetahui pengamat dalam menelaah yang terdapat didalam penelitian ini, penulis menyusun sistematika kepenulisan serta pembahasan terhadap pokok bahasan yang telah terbagi menjadi 5 (lima) bab sebagai berikut, yaitu:

### **BAB I. Pendahuluan**

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Batasan serta Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori dan Sistematika Pembahasan.

### **BAB II. Kerangka Teori**

Berupa isi dari penjelasan tentang pokok bahasan serta teori yang terkait dengan variable judul dan rumusan masalah yang mencakup: Pengertian, Tujuan beberapa metode, serta teori yang berhubungan dengan komunikasi seperti semiotika Roland Barthes dalam memahami pesan sosial dan postingan meme.

### **BAB III. Metode Penelitian**

Terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian yang akan dilakukan penulis seperti subjek dan objek penelitian, sumber pengumpulan data, waktu pengumpulan data, metode pengumpulan dan analisis data.

### **BAB IV. Pembahasan**

Penyajian hasil analisis data yang mendeskripsikan gambaran-gambaran umum, penelitian, penyajian data, analisis data, serta membahas



tentang muatan pesan sosial pada postingan akun Instagram @keresahan.uin.saizu dengan teori Semiotika Roland Barthes.

### **BAB V. Penutup**

Didalamnya mencakup Kesimpulan, Saran dan Kata Penutup.



## **BAB II**

### **MEME, PESAN SOSIAL, INSTAGRAM, DAN SEMIOTIKA.**

#### **A. Meme**

##### **1. Pengertian Meme**

Perkembangan media sedewasa ini sangat mendukung untuk memperoleh informasi serta komunikasi, namun seringkali beberapa media komunikasi massa di dunia siber masih kurang efektif dalam penyampaian pesan yang terkandung dan termaktub didalamnya. Dalam penelitian ini, penulis mencoba menjelaskan fenomena penggunaan meme sebagai media kritik sosial yang merupakan bagian dari media komunikasi massa di media siber. Dengan demikian, nantinya penulis akan melakukan penelitian untuk memahami tanda, simbol, dan pengertian dari pesan meme kritik sosial dengan beberapa kajian teori.

Menurut para ahli, meme merupakan salah satu bukti bagian dari perkembangan sarana komunikasi dan media digital. Melalui sebuah meme, pembuat meme dapat menjelaskan serta mengutarakan sebuah gagasan kepada audiens melalui teks berbentuk gambar atau video secara kognitif. Rohmadi menambahkan, untuk memahami unsur dan makna yang diutarakan melalui meme, seseorang dapat menggunakan implikatur, inferensi, dan referensi seperti semiotika, etnograafi virtual dan lain-lain. Sedangkan meme yang merupakan konten humor, jarang sekali kreator yang secara tidak sadar memperhatikan dari beberapa segi aspek yang sebelumnya disebutkan.

Aspek yang perlu diperhatikan dalam menganalisa konten meme pertama yaitu Implikatur, Implikatur adalah kajian paling penting dari pragmatik yang mempelajari makna dari humor yang disampaikan penutur ataupun mitra tutur dalam situasi tutur. Nadar menambahkan, implikatur merupakan implikasi suatu dialog atau percakapann yang terkait dalam objek meme. Implikatur sendiri terbagi jadi dua, yaitu implikatur konvensional dan non konvensional dalam artian keduanya adalah

merupakan implikatur untuk mengimplikasikan makna dari suatu kalimat, sedangkan non konvensional menjelaskan sesuatu yang tidak harus terjadi dalam dialog atau percakapan dan tidak bergantung untuk dipresentasikan.<sup>17</sup>

Layaknya sebuah gen melalui analogi reproduksi biologis, meme merupakan sebuah replikator yang dapat membelah diri. Meme diturunkan melalui transmisi komunikasi visual seperti yang telah dijelaskan oleh Dawkins yaitu, meme diibaratkan sebuah lagu, gagasan, ucapan, model, busana dan pembuatan keramik yang dimana semua terletak pada konstruk dan motif dari otak manusia, dan juga layaknya organisme dalam gen, bahwa meme terus berkembang dan berbiak dari satu otak ke otak lain melalui proses peniruan.<sup>18</sup>

## 2. Fungsi Meme

Untuk menjelaskan fenomena penggunaan meme sebagai media komunikasi peyampaian pesan, ada beberapa komponen aspek yang perlu diperhatikan dalam prosesnya yaitu, *attraction* atau disebut daya tarik, kemudian ada *comprehension* yaitu pemahaman, ketiga ada *acceptability* atau penerimaan, yang keempat ada *self-involvement* yaitu keterlibatan dan yang terakhir adalah keyakinan atau *persuasion*.<sup>19</sup>

Dengan penggunaan lain, fungsi meme juga merupakan bentuk respon tentang sesuatu yang dijelaskan melalui teks, gambar dan video. Namun seiring berjalannya waktu, meme merambat melalui transisi forum-forum media sosial sehingga tercipta berbagai klasifikasi, varian, dan versi meme yang menjadikan fungsinya jauh lebih fleksibel. Semakin beragam fungsi serta penggunaan konten meme yang salah satunya merupakan sebagai media kritik sosial, maka meme selalu mengambil apapun untuk

---

<sup>17</sup>Ferdian Achsan, "Tindak Tutur Direktif dan Implikatur Konvensional dalam Wacana Meme Dilan", *Jurnal IMAJERI*, Vol. 01, No. 2, (2019), Hal. 2.

<sup>18</sup>Rosa Redia Pusanti, *Representasi Budaya Meme Comic Indonesia (analisis semiotika meme dalam fanpage meme comic indonesia)*, Skripsi, (Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017), Hal. 7.

<sup>19</sup>Basori, Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Online dengan Menggunakan Media E-Learning pada Perkuliahan Body Otomotif, *Jurnal JIPTEK*, Vol. VII, No.2, (2014), Hal 39.

dijadikan sebuah materi dari apa yang sedang menjadi perbincangan pada suatu topik atau kasus yang sedang hangat.<sup>20</sup>

### 3. Jenis-Jenis Meme

Dalam suatu pengklasifikasiannya yang tersebar di media sosial, meme terbagi menjadi beberapa bagian dari berbagai jenisnya yang meliputi:

#### a. Kritik

Meme kritik merupakan bentuk yang tercipta dari motif ketidakpuasan terhadap suatu kebijakan atau regulasi, baik dalam lingkup objek kecil maupun besar terkait hal apapun. Selain dari aspek visual, kita dapat meninjau serta melihat dari penyampaian ide dan gagasan yang disampaikan dalam konten tersebut secara kognitif sesuai dengan kondisi apa yang tengah menjadi perbincangan dilingkungan tersebut, kemudian menjadi bahan persinggungan dengan maksud tujuan mengkritisi suatu fenomena.<sup>21</sup>



**Gambar 2: Contoh Meme Kritik**

<sup>20</sup>Artikel dalam situs, <https://www.lazone.id/entertainment/news/sejarah-meme-guyonan-renyah-di-media-sosial-c36663>, diakses 20 Oktober 2021 pukul 03.37 WIB.

<sup>21</sup>Muh Ilham, "Representasi Budaya Populer Meme Comic Indonesia", *Skripsi*, Universitas Hasanuddin, 2017, Hal. 82.





**Gambar 3: Contoh ke 2 Meme Kritik**

b. Parodi

Bentuk meme parodi ini lebih melibatkan bahasa-bahasa yang menimbulkan efek konteks visual tertentu. Selain itu, meme parodi menggunakan imitasi visual berdasar yang memang visual tersebut sudah mengandung unsur ironi. Jenis ini mengandung struktural antara dua teks yang merupakan bentuk dari sebuah relasi dan menghasilkan suatu keterkaitan teks atau konten meme yang menjadi rujukan serius.<sup>22</sup>

Meme parodi dapat disimpulkan sebagai plesetan yang mengandung suatu makna tertentu dalam penyertaannya, juga bentuk yang biasanya berupa dialog dengan teks, kemudian menciptakan efek timbal balik yang saling berhubungan dan beraneka makna.<sup>23</sup>

Parodi ini masuk dalam kategori wacana, sebab sifatnya perlu dipertanyakan kembali dari subjek kontennya oleh pembuat meme terkait konotasi pemaknaan dalam menyiratkan suatu keterangan dialog yang meliputi hal sejarah atau masa lalu. Pada perkembangannya, meme parodi sejauh ini dapat menyiratkan dan memberikan ruang ke dalam ranah kritik berupa ungkapan, merujuk ke dalam suatu ideologi maupun pengungkapan rasa. Karena kemunculan meme parodi merupakan titik yang menyebabkan efek yang berasal dari

<sup>22</sup>Yasraf Amir Piliang, *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*, (Bandung: Matahari, 2011), Hal. 183.

<sup>23</sup>Muh Ilham, "Representasi Budaya Populer Meme Comic Indonesia", *Skripsi*, Universitas Hasanuddin, 2017, Hal. 49.

ketidakpuasan dengan suatu olokan, candaan, kecaman, kritikan, plesetan maupun sindiran. Dalam hal demikian juga yang akhirnya tercipta sebuah komposisi dan makna yang baru dari teks visual, gambar maupun video yang menjadi relasi visual.<sup>24</sup>



**Gambar 4: Contoh Meme Parodi**

c. Motivasi

Konten meme motivasi memiliki muatan pesan dan gagasan berupa motivasi untuk mendorong audiens kedalam hal atau giat yang produktif, serta menebar hal-hal positif dalam materi meme yang relevan dengan realita humor dan abstraksi visualnya. Selain itu, meme motivasi juga menjadi bahan rujukan introspeksi diri atas hal-hal yang dirasa kurang baik dan telah berlalu.<sup>25</sup>

<sup>24</sup>Yasraf Amir Piliang, *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*, (Bandung: Matahari, 2011), Hal. 184.

<sup>25</sup>Puji Asmiati, Meme “Tuman” di Media Sosial: Analisis Semiotika Roland Barthes, dalam *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Amp el Surabaya, 2019), Hal. 23.



**Gambar 5: Contoh Meme Motivasi**

d. Sosial dan Politik

Penggunaan meme juga dapat digunakan pada situasi perpolitikan sebagai sarana untuk mengkritik, menyinggung dan menyindir tingkahlaku para politisi pada pasca pemilihan-pemilihan umum. Penggunaan meme tersebut seringkali digunakan pada agenda pemilu dan kritik karena kebijakan dan regulasi yang dibuat oleh politisi itu sendiri. Salah satu contoh kasus seperti halnya politisi yang sedang ramai diperbincangkan dengan partainya, yaitu Puan Maharani dan Megawati dari fraksi partai PDI-P yang akhir-akhir ini menjadi sorotan.

Juga terkadang sebaliknya, pada saat ini tidak sedikit politisi yang menggunakan meme sebagai alat untuk berkampanye khususnya untuk menarik masa perolehan suara dari kawula muda atau millennial. Contoh penggunaan meme seperti yang terjadi di Jawa Timur yaitu Khofifah Indar Parawansa, yang meng-*upload* konten meme ‘tuman’ guna meingkatkan citra dimasyarakat milenial pada akun media Instagramnya sendiri @khofifah.ip.<sup>26</sup>

<sup>26</sup>Hasional Eko, “Kumpulan Meme Tuman Versi Gubernur Khofifah: Pakai Bahasa Jawa Timuran”, *Article* dalam <http://www.tribunnews.com/regional/2019/03/16> diakses 22 Oktober 2021, 13:33 WIB.

'Kepak Sayap Kebhinekaan' Billboards Are Memed In Indonesia Like 'Shen Yun' Is In The States ☆0



**Gambar 6: Contoh Meme Politik**

e. Remaja dan Asmara

Masa remaja dan asmara keduanya sangat saling berhubungan, hal tersebut yang mendorong penikmat dan kreator pembuat meme remaja asmara paling banyak diminati dan bertebaran di dunia media sosial. Dalam unsurnya, meme remaja asmara memiliki tema atau muatan pesan yang berhubungan dan mewakili perasaan anak muda yang berkaitan dengan kisah asmara yang menyenangkan atau sedang dirundu pilu.



**Gambar 7: Contoh Meme Remaja dan Asmara**





**Gambar 8: Contoh ke 2 Meme Remaja dan Asmara**

Meme merupakan bagian media komunikasi visual dari new digital, hal tersebut diharapkan bisa memberi pengaruh lebih bagi masyarakat untuk mengetahui dan mengkritik isu-isu sosial yang unik serta inovatif. Meme merupakan bagian dari media komunikasi visual yang mudah untuk dilihat khalayak masyarakat luas karna kemudahan akses dan dukungan fungsinya yang fleksibel sebagai rangkaian penyampaian informasi.

## **B. Nilai Sosial**

Segala sesuatu sudut pandang maupun perilaku yang dianggap benar menurut norma hingga lingkungan masyarakat yang kemudian diaplikasikan, diharapkan, dan dijadikan pedoman adalah nilai sosial. Penilaian tiap masyarakat tentunya sangat beragam, sehingga sistem nilai sosial tersebut berbeda dan bersifat turun menurun dari tiap generasi ke generasi. Nilai sosial beragam sumbernya, baik bersumber dari nilai-nilai agama, adat istiadat hingga estetika yang berkembang dalam suatu lingkup masyarakat tertentu.<sup>27</sup>

Nilai-nilai sosial berperan penting dalam kehidupan tiap masyarakat. Selain fakta-fakta sosial, pertimbangan pada suatu lingkup masyarakat juga yang mendasari lahirnya hubungan-hubungan sosial pada setiap aspek nilai

<sup>27</sup>Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modernisme*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009), Hal. 15.

sosial. Menurut Dube, dari dampaknya timbul nilai-nilai sosial maka terciptalah perasaan identitas suatu masyarakat dan seperangkat tujuan serta harapan yang hendak dicapai.<sup>28</sup>

Secara umum, nilai sosial dinyatakan sebagai keyakinan relative yang dimana nilai dimaksudkan sebagai patokan, pedoman, keyakinan, anggapan, yang dianut oleh leluhur yang baik untuk diaplikasikan, diperhatikan, dilaksanakan dan dikerjakan. Nilai sosial mengandung baik buruk tidaknya perilaku-perilaku, maka dapat dikatakan juga nilai adalah merupakan hasil dari pertimbangan-pertimbangan suatu moral. Juga nilai berbeda-beda antar masyarakat satu dengan yang lainnya, contoh suatu masyarakat yang beranggapan waktu adalah uang, namun sebagian masyarakat lain juga beranggapan hal tersebut tidak relevan dan menganggap sebagai gejala materialisme.<sup>29</sup>

Sebagaimana yang telah disinggung oleh Prof. Notonegoro, nilai-nilai sosial dalam masyarakat dikategorikan menjadi tiga, yaitu secara material, vital, dan spiritual.

### **1. Nilai Material**

Nilai material merupakan nilai yang muncul dan ada berdasarkan suatu materi tertentu. Salah satu contoh kecil dari nilai materi adalah suatu emas, emas memiliki nilai tertentu yang dimana muncul karena emas memiliki nilai tersendiri seperti mempunyai warna yang kuning kemilap dan berbagai kegunaan untuk membuat berbagai perhiasan, alat tukar atau transaksi. Hal demikian yang dapat dikatakan nilai yang terkandung dalam suatu benda dinamakan nilai material.

### **2. Nilai Vital**

Nilai vital merupakan nilai yang tergantung dari sesuatu dalam kegunaannya. Salah satu contoh kecil adalah sebuah pisau, pisau memiliki suatu nilai dan harga tertentu dari berbagai aspek ketajaman serta klasifikasi kegunaannya untuk memotong sesuatu. Namun apabila pisau

---

<sup>28</sup>Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modernisme*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009), Hal. 18.

<sup>29</sup>Bernard Raho, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2007), Hal. 24.

tersebut tumpul dan berkarat, nilai, harga, serta kualitas pisau akan merosot dan sebaliknya. Hal demikian yang dapat dikatakan sesuatu yang ditinjau karena segi kegunaan dapat dimaksud nilai vital.

### 3. Nilai Spiritual

Nilai Spiritual merupakan nilai yang terdapat dalam kejiwaan tiap manusia yang tersusun atas beberapa nilai yakni estetik, moral, religius dan kebenaran atau logika.<sup>30</sup> Secara rinci, nilai sipiritual terbagi menjadi beberapa bagian kategori yaitu:

#### a) Nilai Estetika

Merupakan nilai yang didasari suatu pertimbangan keindahan, baik dalam segi bentuk, tata warna, suara maupun gerak.

#### b) Nilai Moral

Adalah nilai yang menentukan baik buruknya suatu perbuatan dengan dasar nilai-nilai sosial yang bersifat universal. Nilai moral ini berlaku secara merata pada setiap lapisan masyarakat, namun yang membedakan ialah karakteristik budaya dari kalangan masyarakat tertentu.

#### c) Nilai Religius

Nilai Religius merupakan nilai kepercayaan yang terkandung dalam suatu kepercayaan terhadap suatu hal. Salah satu nilai religius adalah beberapa kepercayaan yang dipercayai oleh suatu masyarakat tertentu yang diyakini memiliki kekuatan metafisik atau magis.

#### d) Nilai Kebenaran Ilmu Pengetahuan

Merupakan nilai yang bersumber dari benar dan tidaknya sesuatu yang dilandasi fakta dan bukti ilmiah yang bersumber melalui pengalaman empiris pada manusia serta logika.

Nilai-nilai tersebut nantinya akan menjadi bekal oleh peneliti guna menganalisa konten pada akun @keresahan.uin.saizu dengan metode dan secara keilmuan semiotika Roland Barthes. Kemudian peneliti akan melakukan pendalaman serta mengungkap analisis mitos dari akun tersebut yang tentunya

---

<sup>30</sup>Bernard Raho, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2007), Hal. 27.

hasil penginterpretasian yang bergantung dengan latar belakang budaya dari peneliti tanpa menghilangkan maksud sebenarnya.

## C. Instagram

### 1. Bagian dari Media Komunikasi Massa

Menurut Maimunah, media merupakan sarana yang digunakan untuk mengirim, menyimpan pesan, serta informasi kepada khalayak dengan menggunakan beberapa unsur komunikasi berbentuk grafis seperti gambar, teks dan video.<sup>31</sup> Karakteristik masyarakat modern sendiri tidak terlepasnya dari kehidupan serba teknologi dalam segala aspek, begitu juga untuk memenuhi kebutuhan dalam media informasi yang sudah menjadi asumsi sehari-hari bagi masyarakat.

Kemudahan dalam keberagaman memperoleh informasi melalui berbagai media menjadi indikator penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku individu masyarakat. Handphone merupakan alat komunikasi sederhana yang dapat memenuhi kebutuhan komunikasi, baik secara lisan atau tulisan. Saat ini handphone sudah berubah fungsi dengan penambahan fitur internet di dalamnya. Selain fungsi sebagai alat komunikasi yang sederhana, handphone juga berfungsi sebagai alat untuk menggali informasi melalui internet. Fenomena tersebut bisa merupakan bukti perkembangan teknologi terus berlanjut untuk kebutuhan dinamika masyarakat modern. Maka dari itu, pengetahuan masyarakat dalam hal ini perlu menjadi bobot esensi dalam pesan yang disampaikan pada kegiatan teknologi informasi yang pesat.<sup>32</sup>

Dalam praktek bermedia komunikasi massa, perlu diperhatikan metode-metode yang akan nantinya digunakan serta sebagai pedoman penerapannya. Penulis memilih teknik persuasif sebagai teknik dari

---

<sup>31</sup>Lusyani Sunarya, Abas Sunarya dan Jasmine Dara Asyifa, "Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Rahaerja", *Jurnal ISSN: 1978-8282*, Vol. 9, No.1, (2015), Hal. 79.

<sup>32</sup>Fatma Laili Khoirun Nida, Persuasi dalam Media Komunikasi Massa, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam AT-TABSIR*, Volume 2, No. 2 (2019), Hal. 78



Komunikasi Massa dalam konteks meme. Penulis perlu mengkaji definisi komunikasi persuasive karena identik atau saling berhubungan dengan definisi komunikasi itu sendiri dan definisi komunikasi sendiri menurut Laswell merupakan sebuah penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media hingga menimbulkan efek.<sup>33</sup>

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari teknik metode komunikasi massa persuasif, yaitu:

- a. Metode Asosiasi, yaitu menyajikan pesan dengan mengaitkan suatu peristiwa yang aktual, terkini, dan menarik minat massa.
- b. Metode Integrasi, yaitu komunikatif terhadap komunikan sehingga terjalin kebersamaan, perasaan senasib dengan komunikan yang dilakukan secara verbal maupun non-verbal.
- c. Metode *Pay-Off* dan *Fear Araousing*, yaitu mempengaruhi orang lain dengan menggambarkan perasaan, aura yang menyenangkan, harapan-harapan atau malah justru keterbaliknya.
- d. Metode *Icing*, yaitu suatu metode dengan memanis-maniskan penyampaian pesan komunikasi yang emosional/*Emosional Appeal* sehingga meyakinkan komunikan hingga semakin lebih tertarik.<sup>34</sup>

Media massa mengharukan dalam posisi benar-benar independen dan netral yang berkewajiban sebagai sarana menyampaikan pesan. Lewat pemberitaan media massa baik cetak atau elektronik, media massa dapat mengemas suatu pesan atau peristiwa yang akan disampaikan melalui bingkai tertentu, melalui bingkai tersebutlah yang nantinya audiens mendengar dan membaca.<sup>35</sup>

Dengan banyaknya alternatif media saat ini, masyarakat juga dapat memilih menyesuaikan kebutuhannya. Pengguna media dalam memperoleh kebutuhan merupakan pihak yang aktif dalam proses

---

<sup>33</sup>Fatma Laili Khoirun Nida, Persuasi dalam Media Komunikasi Massa, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam AT-TABSYIR*, Volume 2, No. 2 (2019), Hal. 80.

<sup>34</sup>Fatma Laili Khoirun Nida, Persuasi dalam Media Komunikasi Massa, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam AT-TABSYIR*, Volume 2, No. 2 (2019), Hal. 81.

<sup>35</sup>Masnur Muslich, Kekuasaan Media Massa Mengonstruksi Realitas, *Jurnal Bahasa dan Seni*, Tahun 36, No. 2 (2008), Hal. 155.

komunikasi, pengguna juga dapat bebas mencari dan menentukan sumber untuk memenuhi kebutuhannya, serta mengetahui bagaimana dampak media yang akan didapat pada penggunaannya. Dalam tujuannya, masyarakat mengkonsumsi media terbagi menjadi beberapa kebutuhan menurut Katz, Gurevitch dan Haas meliputi:

- a. Kebutuhan Kognitif atau *Cognitive Need*, yaitu yang berkaitan dengan peneguhan atau filter dalam mencari kredibilitas informasi, pengetahuan, dan pemahaman terkait suatu fenomena.
- b. Kebutuhan Afektif atau *Affective Need*, yaitu tentang yang berkaitan dengan estetis, meyenangkan dan emosional.
- c. Kebutuhan pribadi secara integratif atau *Personal Integrative Need*, sesuatu yang berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual.
- d. Kebutuhan sosial secara integratif atau *Social Integrative Need*, kebutuhan yang berkaitan dengan hal hubungan kontak atau peneguhan dengan keluarga, teman, serta dunia.
- e. Terakhir kebutuhan pelepasan atau *Escapism Need*, kebutuhan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, emosi, ketegangan, dan kebutuhan vakansi.<sup>36</sup>

Dimana hal yang disebutkan barusan termaktub dan sering kita jumpai di jaman New media yang akan masuk dalam pembahasan berikutnya.

#### 1) New Media

New media atau media baru merupakan pendeskripsian yang mampu menyajikan konten dan informasi kepada para audiens sebagai pengguna internet, dimana para audiens mampu menanggapi dan memberikan efek secara langsung dengan mudah dari konten atau informasi yang di dapat secara interaktif. Bahkan, audiens dapat memberikan umpan balik atau *feedback* secara aktif berkomunikasi, bekerja sama dengan satu dan lainnya.

---

<sup>36</sup>Ellanda Amdarini Siregar, "Perbandingan Media Konvensional dan New Media terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi", dimuat dalam *Skripsi*, (Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2014), Hal. 3.

Jadi bisa kita simpulkan, bahwasanya interaktifitas merupakan kekuatan utama dalam *New Media* atau Media baru. Interaktifitas ini didukung dengan adanya fitur kolom komentar dan pesan sebagai umpan balik yang dibaca oleh audiens, bahkan untuk mengirim beberapa postingan atau artikel yang dengan dukungan internet didalamnya. Kemudian juga internet bisa diartikan yaitu sebagai penghubung, pemakai atau pengguna computer, smartphone dengan jaringan yang luas dan masif yang cakupannya mencapai antar negara. Yang dimana guna sebagai tempat berbagi informasi dari yang statis, dinamis hingga interaktif. Menurut Mac Bride juga ia mengungkapkan, bahwasanya internet merupakan suatu jaringan komunikasi dengan skala global dan terbuka untuk menghubungkan ribuan jaringan komputer melalui sambungan umum maupun pribadi.<sup>37</sup>

## 2) Media Siber

Definisi dari *cyber media* atau media siber sendiri menurut Gibson, adalah suatu penjelasan realita pada media baru saat ini. Dengan menggunakan term sebagai alat untuk menganalisa sekumpulan data grafik, interaksi dapat digunakan sebagai jangkauan yang hanya dapat diakses melalui computer yang tersambung dengan jaringan internet.<sup>38</sup>

Dalam hal ini, media siber pada saat ini ada beberapa jenis-jenisnya, berikut adalah:<sup>39</sup>

### a) Situs (*Web Site*)

Situs merupakan halaman atau alamat domain yang berisi audio, visual, data, informasi, aplikasi hingga beberapa

---

<sup>37</sup>Abdoel Gafar, Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran, *Dimuat dalam Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol. 8, No. 2 (2008), Hal. 38.

<sup>38</sup>Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana, 2014), Hal. 13-27

<sup>39</sup>Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana, 2014), Hal. 25-36

akses tautan dari beberapa halaman web lainnya yang tersambung dan terhubung dengan internet.

b) E-mail

E-mail merupakan surat elektronik dengan tersambungnyanya jaringan internet dan kewajiban bagi mereka yang menggunakannya di dunia siber. Dengan cara kerja yang sama layaknya surat konvensional pada umumnya, yang membedakan hanya penggunaan pada medianya saja.

c) Forum Internet

Mail List merupakan salah satu fitur dari fasilitas bermedia di media siber yang memudahkan pengguna untuk berkomunikasi dalam jumlah banyak atau suatu grup. Setiap anggota memiliki akun yang terhubung atau E-mail dalam suatu grup tersebut dan pesan atau subjek yang dikirim ke dalam grup akan menyebar kepada anggota grup lain dalam lingkup tersebut.

d) Blog

Merupakan suatu bentuk suatu situs yang dianggap dapat menarik yang menyesuaikan kebutuhan pengguna internet. dikelola milik pribadi atau kelompok yang memuat tautan dengan perawatan dan pembaruan dalam berkala.

e) Wiki

Wiki merupakan situs yang menyerupai serupa kamus. Situs yang mengumpulkan artikel atau informasi sesuai dengan *Keyword* atau kata kunci yang di input.

f) Aplikasi Pesan

Teknologi telepon sedemikian zaman berkembang, bukan hanya sekedar alat komunikasi untuk penyampaian pesan, namun juga perangkat telepon sedemikian rupa saat ini memungkinkan pengguna telepon tersambung ke dalam jaringan dan terhubung ke internet.



## g) Internet

Internet kian berkembang, selain membangun konektivitas antar pengguna, internet juga tumbuh menyiarkan beragam saluran layaknya televisi dan radio

## h) Peer-to-peer

Peer-to-peer merupakan media berbagi dalam internet. Mencakup pengguna untuk berbagi jenis file dan lain lain.

## i) The RSS

Sebagai perangkat lunak, The RSS berperan sebagai media pengguna internet untuk mengkumulatifkan, mengambil dan mengumpulkan konten sesuai dengan keinginan pengguna.

## j) MUDs

*Multi User Dungeons* atau yang sering dikenal dengan sebutan *Multi User Dimensions*. Merupakan program dalam perangkat computer yang mengatur lalu lintas akses, sehingga para user atau pengguna internet mudah untuk mengakses suatu situs dalam waktu bersamaan.

## k) Media Sosial

Dengan sebutan *social networking site* atau yang sering kita kenal dengan sebutan media sosial, merupakan sebuah media yang berperan sebagai medium berbagi untuk mempresentasikan diri sebagai wujud eksistensi, profil, aktivitas, berinteraksi, berkomunikasi hingga memebentuk jalinan ikatan sosial secara virtual antar pengguna dalam bentuk postingan konten serta fitur yang mendukung didalamnya.<sup>40</sup>

Berbagai jenis media sosial telah marak dan berkembang seiring perkembangan waktu zaman, dalam hal ini ada beberapa

---

<sup>40</sup>Rully Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), Hal. 11.

kategori media sosial yang bisa telah dikatan besar dan berkembang yaitu dengan enam aspek pemb agian, meliputi:<sup>41</sup>

a) Jejaring Media Sosial (*Social Networking*)

Adalah sebagai medium guna untuk membangun hubungan sosial dalam ranah virtual yang meliputi efek atau konsekuensi dari hubungan yang dibangun dalam dunia siber. Pengguna akan membangun hubungan pertemanan melalui fitur yang telah disediakan, baik seseorang yang telah diketahui dalam realita, maupun yang belum pernah kenal sebelumnya. Dalam hal ini, contoh jejaring sosial yang telah sering kita dengar dan jumpai yaitu Facebook dan Instagram.

b) Blog/Jurnal Online

Merupakan pemaparan dari aktivitas para pengguna dengan saling berkomentar dan sharing terkait informasi, tautan web atau apapun hal yang dibutuhkan dalam Blog tersebut. Dalam hal ini Blog terbagi kedalam dua jenis, kategori pertama yaitu merupakan *personal home page* dengan spesifikasi penggunaan domain pribadi yang berakhiran seperti .com atau .net, kemudian terakhir yang menggunakan jasa domain atau penyedia halaman weblog seperti blogspot dan wordpress.

c) Microblog

Salah satu jenis aplikasi Microblog populer ialah Twiter, merupakan fitur yang dimana memudahkan dan memberikan fitur untuk penggunanya dalam menulis, publikasi aktivitas serta berargumen.

---

<sup>41</sup>Ahmad Setiadi, Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi, *Jurnal Cakrawala*, Vol. 16, No.2, (2016), Hal. 3.

d) Media Sharing

Media ini sangat memungkinkan untuk berbagi dalam bentuk audio, video, gambar atau lain lain.

e) Social Bookmarking

Social bookmarking jenis platform yang merupakan penanda dengan sistematika kerja pengorganisasian, kelola dan simpan serta menyelami informasi dan berita secara online.

f) Wiki

Seperti layaknya kamus, Wiki menghadirkan fitur untuk para pengguna internet untuk berkolaborasi untuk mengisi ke dalam konten situs tersebut terkait pengertian suatu kata, sejarah, rujukan dan lain-lain.

## 2. Pengertian Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial terbesar. Instagram berasal dari sebuah kata ‘Insta’ dari kata majemuk “Instan”. Dikatakan Instan karna Instagram bekerja layaknya kamera polaroid dalam menangkap *capture* gambar dari keseluruhan fungsi aplikasi ini bekerja. Kemudian dalam kata “gram” pada nama Instagram diambil dari kata “telegram”, yang dimana aplikasi tersebut juga memiliki fitur layaknya Telegram yang dapat mengirim dan menyebarkan informasi secara cepat. Dengan terhubung jaringan internet, Instagram memeberikan fitur mengunggah foto, video, mengirim pesan dan menyebarkan informasi dengan cepat dan instan.<sup>42</sup>

Instagram memiliki fitur editing untuk mengunggah video atau foto dengan efek filter, menyertakan info keterangan lokasi dan menandai pengguna lainnya dalam suatu unggahan. Pengguna Instagram dapat berselancar dengan mengikuti *hashtag#* pada menu ‘temukan’ atau *explore*, sehingga baik pengguna Instagram maupun Instagram mengetahui

---

<sup>42</sup>Bambang Winarso, *Artikel* <https://dailysocial.id/amp/post/apa-itu-instagram>, diakses pada 01 November 2021, pukul 18:38 WIB.

apa yang sedang ramai dan sedang tren diperbincangkan dan memberikan pengalaman terbaik bagi penggunanya. Instagram juga memberikan fitur kepada penggunanya dalam hak penggunaan akun dan privasi secara pribadi, sebagai salah satunya pengguna dapat mempertimbangkan dan menentukan siapa saja yang boleh melihat postingan dan apa yang dibutuhkan. Aplikasi Instagram dapat diunduh melalui *smartphone* di Appstore dan GooglePlay.<sup>43</sup>

### 3. Sejarah Instagram

Instagram memulai awal kehadirannya pada bulan Oktober tahun 2010 dan mendapat popularitas dengan registrasi satu juta akun setelah dalam jangka satu bulan perilisannya. Instagram berkembang dan dikembangkan di kota San Fransisco oleh startup bernama 'Burbn.Inc' yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dengan penggunaan yang hanya diperuntukan untuk Android dan iOS sebelum merambah lebih luas pada bulan April 2016 untuk perangkat Windows 10 Mobile.

Dalam peluncuran perdana, Instagram mendapat respon serta antusias yang cukup tinggi menggunakan viral marketing. Setelah mendapat registrasi pengguna dengan jumlah kurang lebih 100.000 ribu dalam kurun waktu seminggu, Kevin dan Mike segera melakukan Update berkala pada aplikasi yang mereka kembangkan. Pada kurun waktu 2,5 bulan, Instagram mencapai satu juta pengguna dan hanya butuh satu tahun untuk menghadirkan media sosial tersebut ke dalam perangkat iOS.

### 4. Fitur-Fitur Instagram

Ada beberapa fitur pokok yang sering digunakan dan disediakan oleh Instagram untuk pengguna Instaram dan pengembang Instagram yaitu terdiri dari:

#### a. *Home Page*

Sesuai dengan artinya, Home Page merupakan halaman utama pada fitur Instagram yang menampilkan Beranda atau *Time Line* dari

---

<sup>43</sup>Bambang Winarso, *Artikel* <https://dailysocial.id/amp/post/apa-itu-instagram>, diakses pada 01 November 2021, pukul 18:40 WIB.



beberapa sesama pengguna user Instagram yang saling mengikuti. Serta menyajikan foto atau video sesama pengguna dengan men-scroll layar utama.

b. *Explore*

Merupakan tempat penyajian dari beberapa foto atau video yang yang menjadi rekomendasi dan terpopuler dari beberapa user pengguna Instagram, atau dari beberapa orang terkenal kalangan selebriti.

c. *News Feed*

Adalah fitur dimana kita dapat mengetahui notifikasi atas berbagai aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna Instagram itu sendiri.

d. *Profile*

Profile merupakan suatu halaman yang dapat mengetahui informasi secara rinci dari pengguna Instagram sendiri maupun pengguna lain. Fitur ini menyajikan foto, video, jumlah following dan followers hingga biografi yang bisa diperoleh dari pengguna lain Instagram.

e. *Stories*

Fitur ini merupakan fitur sematan sementara, dimana fitur tersebut menyajikan berupa foto atau video yang memiliki batas dan akan ditampilkan kurun waktu hanya 24 jam, dan kemudian setelah itu akan berada pada menu arsip. Fitur ini juga bisa dikatan sebuah kilas singkat untuk berbagi momen dengan instan.

Kemudian ada ketambahan fitur-fitur pendukung dalam pengunggahan postingan agar konten terlihat lebih menarik dan penuh makna antara lain:

a. *Caption*

Caption merupakan elemen dalam fitur keterangan untuk memperkuat atau mendeskripsikan suatu postingan yang akan di unggah dan pesan apa yang ingin disampaikan.

b. *Hashtag*

Merupakan symbol berupa tanda ‘#’ untuk meningkatkan insight atau menyertakan postingan kedalam explore dengan menambahkan satu kata setelah menambahkan caption, juga guna untuk meningkatkan interaksi antar pengguna.

c. *Location*

Lokasi merupakan fitur keterangan tempat dimana saat pengunggahan postingan user dapat memberikan nama tempat atau dengan maksud tertentu. Fitur ini juga didukung dengan perangkat GPS di perangkat smartphone, yang dimana kita dapat mengaktifkannya, lalu secara otomatis Instagram akan mendeteksi dimana tempat kita saat mengambil gambar atau video pada objek tersebut.

d. *Tag*

*Tag* atau Tanda merupakan fitur dimana kita dapat menandai user lain dalam postingan yang akan diunggah.

Dan yang terakhir, untuk memperoleh interaksi dan pengalaman bermedia sosial Instagram guna menjadi aktivitas para penggunanya yaitu:

a. *Follow*

*Follow* merupakan arti dari kata mengikuti. agar bisa saling berinteraksi dan memberi akses lebih dalam melihat profile pengguna lain, jumlah followers akan bertambah dan semua postingan dan konten user Instagram lain yang diikuti akan muncul di menu home page.

b. *Like*

*Like* merupakan fitur yang terletak persis dibawah postingan guna memberikan interaksi pasif berupa tanda bahwa kita menyukai atau tertarik dengan konten user Instagram lain. Layaknya media sosial Facebook dengan fitur Like-nya, dengan menekan tombol tersebut atau men-tap layar sebanyak dua kali, fitur tersebut akan berfungsi dan akan

memberikan feed berupa notifikasi pada pengguna Instagram lain bahwa user tersebut telah memberikan like.

c. *Comments*

Merupakan fitur kolom untuk memberikan respon aktif kepada postingan terkait dengan kalimat, emotikon atau kata-kata untuk memberikan tanggapan tentang postingan yang akan diberi komentar.

d. *Mentions*

Mentions merupakan fitur yang hampir sama dengan Tag, guna untuk manandai atau memberi tahu kepada pengguna tertentu di dalam postingan atau fitur stories. Berupa dengan cara menambahkan symbol '@' di depan nama pengguna yang ingin hendak kita tandai, maka pengguna tersebut akan mendapat notifikasi dari postingan atau stories dari pengguna yang member *Mention*.

e. *Share*

Merupakan fitur untuk memperluas jaringan konten yang telah di unggah oleh pengguna Instagram. Dengan mengklik tombol tersebut, pengguna dapat memilih untuk disebarakan kemana atau platform media lain yang nantinya akan menjadi link atau tujuan alamat konten tersebut diunggah.

## D. Semiotika

### 1. Pengertian Semiotika

Dalam hubungannya untuk memahami Meme itu sendiri, ada baiknya penulis menjelaskan tentang semiotika dikarenakan Meme merupakan bentuk perumpaamaan dari wujud visual berupa gambar yang secara tidak langsung mengandung kajian semiotika. Audiens diharuskan memahami maksud dari tanda yang disampaikan lewat konten Meme tersebut guna mengetahui pesan sosial yang terkandung didalamnya.

Semiotika merupakan istilah dari Yunani kuno dari kata yaitu *Semeion* yang dalam terjemahan Bahasa Indonesia memiliki makna Tanda, Secara etimologis. Definisi Tanda itu sendiri muncul dari konsesnsus dan

proses kesepakatan dasar konvensi sosial yang telah terbangun sebelumnya dan dianggap mewakili sesuatu atau yang lain. Sebagai contoh kecil semisal berupa asap yang menunjukkan adanya api, atau sirine yang menyala dalam suatu gedung yang menandakan adanya bahaya untuk segera mengevakuasi diri.<sup>44</sup>

Secara terminologis, bahwa identifikasi pada semiotika merupakan ilmu yang mempelajari objek-objek, peristiwa, dan seluruh aspek kebudayaan sebagai sebuah tanda. Analisis semiotika merupakan dasar ikhtiar untuk merasakan sesuatu dan dipertanyakan lebih lanjut, termasuk dalam menganalisis penggunaan konten Meme sebagai sarana kritik sosial. Singkatnya dalam hal ini, analisis semiotika merupakan upaya menemukan makna dibalik sesuatu tanda yang bersifat paradigma.<sup>45</sup>

## 2. Semiotika Roland Barthes

Untuk memahami suatu pesan sosial dalam penelitian yang ingin diteliti, penulis menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai landasan teori pemaknaan dalam suatu disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dapat memaknai hal-hal disekitarnya dengan mengkonstitusi dan mengkronstuksi dari sebuah tanda itu sendiri.<sup>46</sup> Sebagai seorang penulis, Roland Barthes menggunakan dan mengembangkan analisis semiotika dari pemikir sebelumnya yaitu Ferdinand de Saussure.

Barthes lahir pada tahun 1915 di Chevourg yang kemudian wafat di Paris pada 1980. Setelah lulus mengajar bahasa Prancis di Rumania dan Mesir, Barthes melanjutkan pendidikan serta bergabung pada Pusat Riset Ilmiah Nasional untuk mendalami bidang sosiologi dan leksiologi. Pernyataan dan karyanya yang paling terkenal dari Barthes adalah *La Mort de l'auteur* atau “Matinya seorang Penulis” yang menggarisbawahi bahwa tidak ada otoritasi dan interpretasi yang dapat terus berjalan. Pada

---

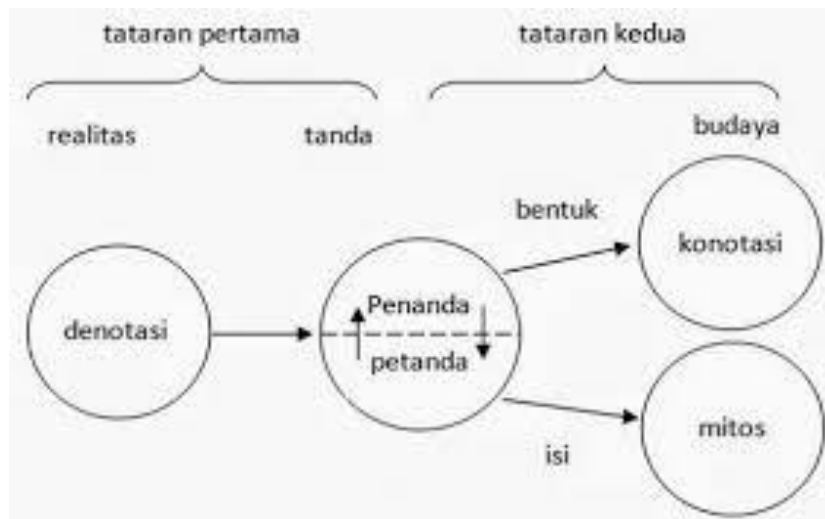
<sup>44</sup>Indiwan Seto, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Hal. 7.

<sup>45</sup>Indiwan Seto, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Hal. 8.

<sup>46</sup>Roland Barthes, *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*, (Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2007), Hal. 5.



akhirnya, Barthes mendalami karir sebagai penulis dan mengabdikan akhir hayatnya pada semiologi.<sup>47</sup>



**Table 1: Pola Semiotika Roland Barthes**

Menurut Roland ada tiga aspek dalam pemaknaan yaitu, Tanda, Penanda dan Petanda. Tanda merupakan bentuk segala aturan yang telah tersistem secara konsensus untuk memahami fenomena di segala aspek khususnya di masyarakat yang kemudian menjadi kesatuan Tanda dengan ide dan gagasan didalamnya. Penanda merupakan sesuatu aspek formula yang terdapat pada objek berupa suara maupun huruf yang dianggap menjadi suatu symbol. Bentuk Tanda bermacam-macam menyesuaikan apapun yang tertangkap dalam pengindraan, tapi aspek terpenting dalam hal petanda tersebut adalah tanda verbal dan visual, yaitu berupa kebahasaan dan visual yang dapat dilihat seperti patung, lukisan, bangunan dan lain-lain.<sup>48</sup>

Dalam klasifikasi makna semiotika, Roland Barthes membagi makna dalam tiga tingkatan yaitu:

a. Tanda

Tanda merupakan hasil keseluruhan dari penanda dan petanda, yang dimana tanda sendiri sudah meliputi unsur penanda dan petanda.

<sup>47</sup>Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 6-9.

<sup>48</sup>Rachmat Djoko Pradopo, Semiotika: Teori, Metode dan Penerapannya, *Jurnal Humaniora*, No. 7, 1998, Hal. 42.

Tanda dapat merupakan bentuk suatu teks, lisan dan segala bentuk dari representasi lain-lain seperti gambar, foto, segala bentuk video, termasuk dalam konten-konten di media sosial pada Instagram. Tanda juga merupakan suatu perantara untuk membawa segala sesuatu pada ranah pikiran menuju segala ruang lingkup yang dibatasi oleh Tanda.<sup>49</sup>

b. Denotasi

Denotasi merupakan sesuatu yang bisa dikaitkan dengan penandaan untuk mendeskripsikan keterkaitan antara penanda dan petanda dalam realitas, menjelaskan makna khusus dalam tanda dengan gambaran-gambaran petanda yang nyata, atau dengan pemaknaan dan bahasa yang jelas, objektif dan lugas.<sup>50</sup>

c. Konotasi

Konotasi merupakan pendeskripsikan suatu hubungan penanda dan petanda dengan makna yang tidak eksplisit, tidak langung, atau abstrak. Konotasi memiliki makna yang subjektif serta berhubungan dengan emosional seseorang. Dalam penjelasan Roland, konotasi mendeskripsikan interaksi yang sedang berlangsung saat sedang bertemu atau berdialog, dengan perasaan atau emosi baik secara penggunaan, dan *value* pada budaya kulturalnya.<sup>51</sup>

Tanda dalam konotasi memiliki dua bagian tanda, dengan memiliki makna pada denotasi sebagai kebenarannya. Dengan ini, pembaca bisa memahami isi suatu teks dengan bahasa kiasan yang tidak dapat dilakukan oleh pemaknaan denotasi. Roland menganggap tanda dalam konotasi adalah suatu teori yang bertujuan untuk memahami suatu sistem tanda, maka dalam hal pemaknaan tanda sebuah fenomena sosial, dapat juga dikatakan sesuatu yang ditafsirkan sebagai tanda yang bermakna.<sup>52</sup>

<sup>49</sup>Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), Hal. 35.

<sup>50</sup>Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), Hal. 36.

<sup>51</sup>Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), Hal. 37.

<sup>52</sup>Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 112.

#### d. Mitos

Definisi mitos diartikan sebagai sebuah awal mula dari suatu peristiwa yang berhubungan langsung dengan manusia dan bersifat metafisis. Dengan mempelajari suatu budaya, fungsi mitos dalam mempelajari hubungan permasalahan dunia dan budaya, kita dapat mengetahui suatu asal usul sebuah peristiwa tercipta.<sup>53</sup>

Roland memandang suatu makna mitos jauh lebih mendalam tingkatannya. Menurut Roland, mitos adalah suatu kode atau pengkodean berupa nilai-nilai dan makna sosial yang ilmiah. Mitos adalah teori yang dikembangkan dari makna konotasi menjadi sebuah teori yang telah menetap, kemudian mitos dalam pemaknaannya terbentuk dari kekuatan mayoritas kelompok hingga memeberikan sebuah konotasi yang menetap hingga terciptanya sebuah mitos.<sup>54</sup>

Menurut Van Zoest, penemuan makna ideologi dalam sebuah teks dipastikan telah melandasi dengan menemukan konotasi yang terkandung di dalam penelitian. Penemuan mitos Van Zoest bertitik pada tentang upaya pemaknaan dalam suatu bahasa, bukan mitos. Kajian mitos dalam semiotika merupakan cara mengindikasi suatu teks, seperti yang telah marak kita jumpai di media sosial atau dalam iklan di televisi yang menampilkan produk-produk kedewasaan dan kecantikan, dimana iklan tersebut banyak menyinggung mitos dengan bermain penyampaian kebahasaan atau adibahasa.<sup>55</sup>

Roland juga memaparkan bahwa mitos merupakan upaya dari bentuk sistem komunikasi dan pesan yang menjadi suatu modus dari sebuah petandaan yang menjadi wicara dari sebuah wacana. Untuk menafsirkannya, mitos menjelaskan dengan melalui apa disampaikan atau tersampaikan dan bukan melalui objek pesan tersebut.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup>Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 38.

<sup>54</sup>Roland Barthes, *Petualangan Semiologi Roland Barthes*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), Hal.82.

<sup>55</sup>Kris Budiman, *Analisis Wacana Linguistik sampai Dekonstruksi*, (Yogyakarta: Kanal, 2004), Hal. 255.

<sup>56</sup>Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hal. 126.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian digunakan dan dimanfaatkan untuk mempermudah penelitian agar lebih terarah, tersusun dan sistematis. Dengan ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode. Awal kajian kualitatif bermula dari ‘Mazhab Chicago’ pada tahun 1920-1930 yang mengutamakan penelitian guna mengkaji kehidupan beberapa kelompok manusia. Kemunculan penelitian kualitatif dikarenakan adanya reaksi terkait dengan positivisme seperti kajian tentang budaya, sifat interpretatif, tingkat perkembangan, kematangan terkait penemuan, serta uraian yang berkerja dalam unsur historis yang kompleks.<sup>57</sup>

Kualitatif didalam prosesnya meliputi penelitian, proses, hipotesis, observasi, analisis, dan kesimpulan. Penulisan metode kualitatif menggunakan aspek-aspek kecenderungan, non perhitungan numerik, situasional deskriptif, interview atau biasa disebut analisis isi penelitian bola salju. menurut William terdapat lima (5) pandangan dasar dalam penelitian kualitatif yaitu:

1. Mengedepankan realitas majemuk, hasil konstruktif, konstruksi dan holistik.
2. Terdapat subsitusi pada situasi dan *mutual experience* dalam satu lingkup medan yang mutual dan timpang tindih.<sup>3</sup>
3. Pendekatan kualitatif terikat dari konteks waktu agar lebih mendalami objek penelitian.
4. Kualitatif selalu memustahilkan sebab dan akibat.
5. Dalam pandangan nilai, kualitatif memandang segala sesuatu secara fokus dan subjektif.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup>Amiratun Sholikhah, Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif, *Jurnal KOMUNIKA*, fak. Dakwah IAIN Purwokerto, Vol. 10, No.2 (2016), Hal. 349-350.

<sup>58</sup>Lukas S. Musianto, Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian, dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No.2 (2002), Hal. 125-126.

Kriyantono juga menambahkan, pendekatan kualitatif merupakan suatu teknik gambaran dalam menginterpretasikan data yang terkumpul, sehingga memberikan perhatian dan merekam sebanyak-banyaknya aspek objek sebagai keefektifan secara menyeluruh dengan keadaan sebenarnya. Moleong menambahkan, dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, berarti peneliti menganalisa kata, gambar (bukan angka yang diperoleh dari berkas wawancara), catatan observasi, foto, video, dokumen pribadi, memo, atau dokumen lainnya yang mendukung penguatan data yang akan diteliti.<sup>59</sup>

## **B. Waktu dan Objek Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Yaitu dimana keseluruhan terdapat pada beberapa narasumber yang dibutuhkan penulis atau peneliti untuk memperoleh informasi terkait masalah yang berhubungan dengan judul penelitian.<sup>60</sup> Waktu penelitian yang digunakan peneliti yakni terhitung dari 1 Januari hingga 1 Juni 2022.

### **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu sasaran dalam sebuah penelitian yang harus dicapai untuk mendapatkan jalan maupun solusi atas terkait apa yang penulis teliti dari permasalahan yang sedang terjadi.<sup>61</sup> Dalam objek penelitian ini adalah pesan sosial yang terdapat pada postingan akun Instagram @keresahan.uin.saizu dengan Teknik analisis semiotika Roland Barthes.

## **C. Sumber data**

Dasar dari sumber data yang penulis sendiri ambil, yakni berupa informasi yang diperoleh dari beberapa informan dengan menggunakan dua

---

<sup>59</sup>Khabib Alia Akhmad, Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM, dalam *Jurnal Data.com ISSN: 2086-9436*, Vol. 9, No. 1 (2015), Hal. 47.

<sup>60</sup>Yati Afianti, Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif, *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol. 12, No.2 (2008), Hal. 137.

<sup>61</sup>Muhammad Ferdiansyah, Asesmen Terhadap Keterampilan Mahasiswa Bimbingan dan Konseling dalam Menyusun Skripsi Penelitian Kualitatif, *Jurnal Fokus Konseling*, Vol. 2, No. 2 (2016), Hal. 128.



jenis sumber data berupa data primer dan sekunder yang dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari tangan pertama secara langsung dengan meliputi tiga hal yaitu obeservasi, wawancara dan dokumentasi.<sup>62</sup> Adapun sumber data primer dalam hal penelitian ini adalah berupa gambar maupun video meme dalam postingan di media sosial Instagram @keresahan.uin.saizu.

Berikut merupakan unggahan pada media sosial Instagram @keresahan.uin.saizu pada bulan Januari – Juli 2022:

No	Tgl	Keterangan	Caption	Suka	Komentar
<b>JANUARI</b>					
1.	1	Gambar	-Hokage sakit perut..	478	11
	2	Gambar	-Ok	387	-
	5	Gambar	-Saizu = Jepang	535	14
	11	Gambar	-(emotikon)	375	3
	12	Gambar	-TBL :(	391	3
	13	Gambar	-Kami berusaha semaksimal..	588	26
	15	Gambar	-Menurut kalian gimana..	558	55
	15	Video	-Gimana?...	401	19
	17	Gambar	-Sulit dipahami, semoga harimu senin terus.	567	7
		Gambar	-Gada pengaruhnya kok sama sistem perkuliahan..	579	34
	18	Gambar (3)	-Maksa kyk sales akulaki	650	88
	19	Gambar (2)	-MOHON MAAF...	1.021	75
	25	Gambar	-Mudah dicerna, semoga..	557	44
		Gambar	-Kelakuan.	396	11
		Gambar	-Ayahmu pasti bangga...	493	24
	26	Gambar	-Kritik dibalas hate speech	448	16
		Gambar (5)	-Kurang lebih begitu..	746	88
	27	Video	-...	324	13
		Gambar	-Siapa disini yang cita...	477	9
Gambar		-Termakan pengalihan issue..	410	15	
Video		-(emotikon)	376	19	
Gambar (3)		-Mereka gabakal mikir..	634	9	

<sup>62</sup>Zaenal Abidin, Pendekatan Kualitatif pada Skripsi Mahasiswa Psikologi Undip 2006, *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, Vol. 3, No. 2 (2006), Hal. 32-33.

	28	Gambar (4) Video	-Infone ngab.. -Himpunan..	460 412	14 7
	29	Gambar	-(emotikon)	446	15
	30	Gambar Gambar (4)	-(emotikon) -Ingfo keringan UKT	376 463	1 4
<b>FEBRUARI</b>					
2.	2	Gambar Gambar (3)	-Bagus Zaini.. -(emotikon)	502 447	10 -
	3	Gambar Video Gambar	-(emotikon) -(emotikon) -Bismillah asisten birokrat..	509 324 812	20 7 60
	4	Gambar (2)	-(emotikon)	727	42
	7	Gambar Gambar	-Apa sisi gelap UIN.. -Peraturan ada untuk dilanggar	432 378	25 1
	8	Gambar Gambar	-Met pagi all -H3h3	693 403	19 7
	16	Gambar Gambar	-(emotikon) -(emotikon)	519 556	10 14
	18	Gambar (2)	-Run bestie	607	30
	19	Gambar	-(emotikon)	545	7
	20	Gambar	-Ciee yang bayar UKT..	561	11
	21	Gambar (2)	-(emotikon)	693	18
	23	Gambar	-Sat set sat set	437	5
	27	Gambar Gambar	-awkoawkoawko -Piwe???	689 609	11 13
<b>MARET</b>					
3.	1	Gambar	-(emotikon)	642	7
	3	Gambar	-Ralat ya..	700	63
	8	Gambar Gambar	-I love you 3000 -Wangy-wangy	390 517	3 6
	9	Gambar Gambar	-Tugas meme -Bangga/Ingat mati	365 741	2 30
	11	Gambar	-Sudahi resahmu..	578	19
	12	Gambar	-I'll go first	385	4
	13	Video	-...	308	8
	14	Gambar Gambar	-The real kampus hijau -(emotikon)	747 602	10 22
	16	Gambar Gambar	-(emotikon) -Mending turu ra resiko	746 482	19 4
	18	Gambar Video	-mwehehe -JJ nich boss senggol dong	381 659	8 32
	24	Gambar (2) Gambar	-Spill ga nih -:(	653 701	13 37
	27	Gambar	-Nying mending turu ra resiko	608	46
	28	Gambar	-(emotikon)	523	9

		Gambar	-Roasting sekali-kali	546	7
	29	Gambar	-Sejatinya...	513	15
<b>APRIL</b>					
4.	1	Gambar	-Yaudah besok bawa kambing	628	30
	3	Gambar	-(emotikon)	575	-
	4	Gambar	-Lokotre	813	24
	6	Gambar	-(emotikon)	574	5
	8	Gambar	-Tugas dikit belajar simple..	489	5
	9	Gambar (2) Video	-Pendapat kalian gimana.. -Waduh	976 526	100 8
	11	Gambar (3) Video	-Kawal sampai ketemu -(emotikon)	864 514	36 25
	12	Gambar Gambar (2) Gambar (5)	-(emotikon) -Tanggapan Lesti? -(emotikon) Tanggapan Lesti?	754 956 1142	16 72 150
	13	Gambar	-WAKTU SUDAH HABIS	1052	-
	14	Gambar Gambar Gambar Gambar Gambar Gambar	-Part 1.. -Part2.. -Arsip dokumentasi bukti.. <i>Pernyataan</i> -(emotikon) -Buset brow (emotikon)	1557 1089 1062 998 653 672	161 51 61 145 10 13
	15	Video	-Pemimpin (emotikon)	786	46
	16	Gambar Video Gambar	-Tinggal minta maaf.. -Kocak Geming (emotikon) -Gimana gimana???	916 539 789	25 17 18
	17	Video	-(emotikon)	700	28
<b>MEI</b>					
	1	Video	-...	583	2
	10	Gambar	-Uinsoed (emotikon)	778	18
	13	Gambar	-Saizu multiverse of madness	795	26
	14	Gambar (2)	-Survey kepuasan mata kuliah..	962	12
	20	Gambar	-Wibu	703	11
	21	Video	-...	358	4
	24	Gambar	-Ada? (emotikon)	658	11
	30	Gambar	-(emotikon)	746	5
<b>JUNI</b>					
	2	Gambar	-Cihh, mahasiswa hanyalah..	850	8
	8	Gambar	-Mweheheh	534	4
	28	Gambar	-Semua butuh kepastian..	773	14
<b>JULI</b>					
	1	Gambar	-(emotikon)	435	6
	8	Gambar	-Seseorang tolong ingatkan..	640	5
	13	Gambar	-(emotikon)	531	22

Dari data tersebut, peneliti memilih dan mengambil 10 postingan gambar meme yang memiliki jumlah like serta komentar terbanyak untuk dianalisis. Yakni sebagai berikut:

No.	Tanggal	Caption (Keterangan)	Suka	Komentar
1.	1 Mei 2022	-Survey kepuasan.. (Gambar)	962	12
2.	13 Mei 2022	-Saizu Multiverse.. (Gambar)	795	26
3.	16 April 2022	-Tinggal minta.. (Gambar)	916	25
4.	4 Februari 2022	-(emotikon) (Gambar)	727	42
5.	3 Februari 2022	-Bismillah asisten.. (Gambar)	812	59
6.	24 Maret 2022	-(emotikon) (Gambar)	701	37
7.	10 Mei 2022	-Uinsoed (Gambar)	778	18
8.	2 Juni 2022	-Ctih.. mahasiswa.. (Gambar)	850	8
9.	16 April 2022	-Gimana gimana? (Gambar)	786	18
10.	14 Maret 2022	-The real kampus.. (Gambar)	746	10

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan beberapa data yang telah berbentuk arsip atau dokumen. Dapat juga diartikan sebagai data yang telah dikumpulkan (*Second hand*). Dalam penelitian ini yang menjadi bahan untuk data sekunder penulis sendiri merupakan artikel, jurnal, buku, skripsi dan tesis yang berkaitan dengan penulis kerjakan.<sup>63</sup>

## D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan komponen penting untuk menunjang dalam suatu penelitian, maka dari itu peneliti melakukan beberapa metode teknik dalam mengumpulkan dan memperoleh berbagai informasi yang diperlukan untuk pencapaian tujuan penelitian. Seperti yang telah disinggung di bagian metode penelitian penulis melakukan 3 (tiga) hal dalam mengumpulkan data yakni:

<sup>63</sup>Dr. Siti Kurnia Rahayu, Dkk. Tinjauan atas Proses Bisnis Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Survey pada perguruan tinggi kota Bandung), *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol. VIII, No.2 (2016). Hal. 23-24.

## 1. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik yang bisa dilakukan dengan upaya merekam atau mengalisa jejak digital seperti dengan bukti *screenshot* atau berupa gambar grafik terkait penelitian untuk mendukung serta memperkuat sesuatu yang akan diteliti.<sup>64</sup>

Menurut Sugiyono Tujuan dalam metode ini juga merupakan bagian dari upaya penelitian untuk mengetahui fakta-fakta terkait kegiatan aktivitas dalam penelitian nanti. Dokumen dalam penelitian ini adalah dari berupa beberapa gambar dari unggahan akun @keresahan.uin.saizu pada tahun 2022.

## E. Analisis Data

Analisis data bermaksud guna menyingkronisasikan data melalui cara yang bermakna agar dapat dipahami. Banyak peneliti menganggap bahwa tidak ada orang yang sepenuhnya benar dalam mengorganisir, menganalisis, dan menafsirkan suatu data. Hal demikian, metode analisis data beracuan sesuai dengan apa yang menjadi tujuan penelitian.<sup>65</sup>

Dalam hal ini, peneliti menggunakan analisis semiotika yang merupakan alat untuk menafsirkan sebuah tanda untuk memberikan arti dan makna dengan tahapan analisis yang akan dilakukan yakni:

1. Peneliti mengambil gambar berupa tangkapan layar atau *screenshot* pada halaman akun Instagram @keresahan.uin.saizu untuk dipilih dan diteliti.
2. Peneliti menganalisa menggunakan teori semiotika Roland Barthes dengan melihat Tanda yang didalamnya terdapat unsur Denotasi, Konotasi dan Mitos yang tidak dapat dipisahkan.
3. Selanjutnya peneliti mengaitkan, menerjemahkan, dan melakukan pengklasifikasian pada Mitos yang mengacu pada keilmuan teori unsur pesan sosial dan postingan berdasarkan jenis kategori meme sesuai yang tercantum pada bab II.

---

<sup>64</sup>Sanafiah Faesal, *Dasar dan Teknik Penelitian keilmuan Sosial*, (Surabaya: Usaha Nasional, 2002), Hlm. 42-43.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Akun Instagram @keresahan.uin.saizu merupakan akun hiburan yang dominan menyuguhkan meme atau yang dikenal sebagai *Shitposting* dengan tema materi dari objek universitas. Sesuai nama belakang akun tersebut yang menyandang kata ‘Keresahan’, Akun @keresahan.uin.saizu menyajikan unggahan berupa gambar dan video yang mengundang hiburan bagi mahasiswa UIN SAIZU dengan segala bentuk konten yang relevan pada kehidupan mahasiswa umumnya. Selain itu bagi peneliti, kehadiran akun @keresahan.uin.saizu merupakan akun Instagram yang berlabale beda dari akun kampus yang lainnya. Selain menyajikan beberapa konten, akun tersebut kerap kali menimbulkan issue, serta pro, dan kontra.



**Gambar 9: Profile Akun @keresahan.uin.saizu**

Terhitung dari Maret 2020 akun ini mulai beroperasi dan memulai postingan pertamanya hingga sekarang. Dengan demikian peneliti membatasi penelitian hanya pada tahun 2022.

#### B. Pembahasan

Instagram merupakan bagian dari media baru yang masuk dalam kategori media sosial. Selain memperoleh beragam informasi serta komunikasi, Instagram sejauh ini juga dapat seperti mengunggah foto, video, berkomentar, mengekspresikan diri dengan bentuk konten dan lain-lain.

Terdapat berbagai varian unggahan konten beragam yang didesain oleh pengguna Instagram itu sendiri dengan *Caption* yang berkesinambungan oleh konten yang diunggah. Hal tersebut dibutuhkan pemahaman khusus untuk mendalami makna pesan sosial dalam suatu postingan di Instagram, dan alat yang digunakan untuk memaknai suatu gambar, teks, dan suara yakni semiotika.

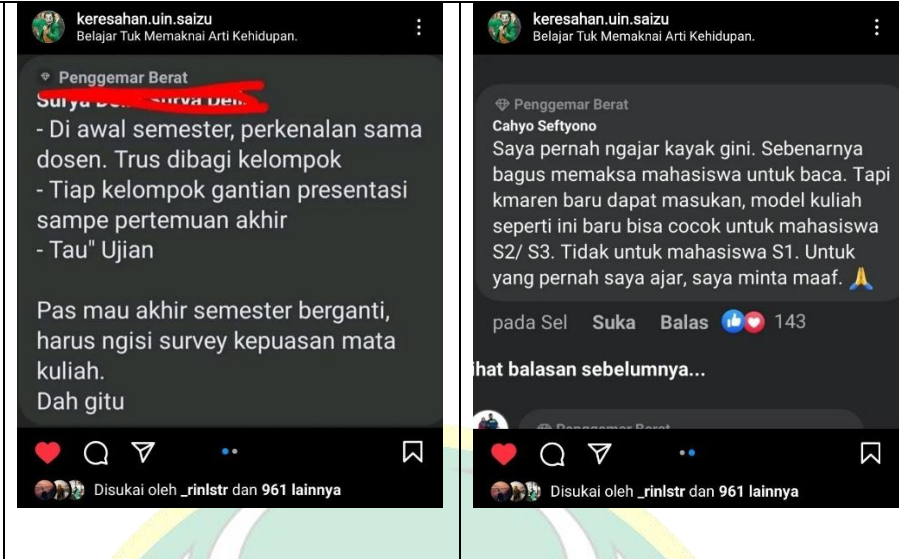
Dalam pembahasan kali ini, peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes untuk membedah makna pada gambar meme yang ada pada unggahan akun Instagram @keresahan.uin.saizu. Dengan mengamati yang menjadi suatu tanda-tanda dalam unggahan, peneliti akan menganalisis tanda tersebut melalui Denotasi, Konotasi, dan Mitos. Kemudian dikategorikan kedalam unsur jenis pesan sosial dan kategori meme.

Unsur yang menjadi dasar alasan peneliti memilih gambar untuk penelitian diantara lain:

1. Gambar yang diambil merupakan gambar yang berasal dari akun Instagram @keresahan.uin.saizu.
2. Konten diposting pada tahun 2022.
3. Gambar konten yang dianalisis merupakan gambar konten yang bertema meme, serta memiliki suka dan komentar terbanyak.
4. Peneliti kemudian menganalisis gambar dan melihat pesan sosial dari sudut pandang mitos yang disampaikan pada konten tersebut.

Pada hasil penelitian ini, peneliti telah memperoleh temuan data-data yang telah terkumpul melalui pengamatan dan dokumentasi pada akun Instagram @keresahan.uin.saizu, sebagai berikut:

### 1. Gambar postingan pada 14 Mei 2022

Tanda	
Denotasi	<p>-Pada gambar pertama (kiri) terlihat suatu pernyataan berupa text pada kolom komentar facebook oleh pengguna facebook yang disensor namanya, diduga user tersebut adalah seorang mahasiswa.</p> <p>-Kemudian pada gambar kedua (kanan) terlihat suatu komentar yang menanggapi opini pada text gambar pertama (kiri) oleh pengguna facebook bernama Cahya Setyono dengan tanggapan jumlah like dan suka 143.</p>
Konotasi	<p>-Pada gambar pertama (kiri) menjelaskan tentang seseorang terkait pengalaman pribadinya merasakan serta menjabarkan beberapa rangkaian metode perkuliahan dimulai dari perkenalan dengan dosen, pembagian kelompok tugas, ujian, dan mengisi survey kepuasan mata kuliah. Merasa kurang efektif dan monoton, kemudian user tersebut mengakhiri kalimat “Dah gitu” seperti merasa kecewa atau kekurangan terhadap metode perkuliahan demikian.</p> <p>- Kemudian pada gambar kedua (kanan) menjelaskan tanggapan komentar oleh pengguna facebook Cahyo Setyono sebagai seorang tenaga pengajar (dosen) yang pernah melakukan metode yang telah</p>

	<p>dijelaskan pada gambar pertama (kiri). Kemudian Cahyo menambahkan sebuah masukan bahwa metode tersebut lebih cocok digunakan oleh jenjang S2/S3 dan meminta maaf kepada para mahasiswa yang pernah diampu oleh Cahyo atas ketidakpuasan pada metode perkuliahan yang telah dijelaskan pada gambar pertama (kiri).</p>
Mitos	<p>Pada gambar postingan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai <b>kategori meme</b> kritik sosial, yang dimana gambar pertama berupaya memberi masukan terkait suatu proses perkuliahan yang monoton dan minimnya efek yang dirasakan oleh mahasiswa itu sendiri. kemudian terdapat komunikasi berupa respon pada gambar kedua (kanan) yang merupakan seorang tenaga pengajar yang sedang memberikan masukan, alasan, pertimbangan, serta permintaan maaf atas proses mekanisme perkuliahan yang kurang memuaskan bagi beberapa mahasiswa yang telah diajarnya menggunakan metode tersebut. Kemudian dapat dilihat bahwa <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi</b> yang terkandung dalam postingan tersebut menggunakan Metode Asosiasi dan Integrasi, yaitu menyajikan suatu postingan dengan peristiwa yang aktual dan komunikatif terhadap komunikan sehingga para audiens mahasiswa atau dosen terjalin perasaan yang senasib karena postingan tersebut dengan komunikan secara non-verbal sehingga menumbuhkan kebutuhan <i>Personal Integrative</i> dan <i>Social Integrative</i> atau kebutuhan pemahaman terkait suatu fenomena dan kebutuhan yang terkait dengan hubungan status. Kemudian <b>pesan sosial</b> pada konten tersebut memiliki Nilai Vital kemudian Nilai Spiritual yang mencakup nilai moral dan ilmu kebenaran ilmu pengetahuan, yang dimana pada konten tersebut mengharuskan kepada pengajar dan yang diajar harus saling melengkapi dan menguntungkan tanpa harus adanya salah satu yang merasa dirugikan dalam hal pendidikan di perguruan tinggi, kemudian nilai moral yang</p>

	<p>bagaimana seharusnya berlaku bagi siapapun dalam baik mahasiswa maupun tenaga pengajar dengan bijak dan cermat dalam menjalankan tugasnya sebagai tenaga pengajar maupun yang diajar, terakhir nilai kebenaran dan ilmu pengetahuan yang didasari pengalaman empiris dari kedua contoh masalah yang diungkap pada konten tersebut yang dimana baik tenaga pengajar, mahasiswa bahkan penulis pun merasakan juga pengalaman yang dialami pada konten tersebut agar lebih bijak dalam menghadapi hal demikian yang disinggung pada konten tersebut.</p>
--	--


## 2. Gambar postingan pada 13 Mei 2022

Tanda	
Denotasi	<p>Terlihat sebuah chat grup whatsapp yang dimana di dalam suatu grup tersebut belum terdapat penyertaan suatu gambar <i>screenshot</i> dan pertanyaan pada isi chat di dalam suatu grup tersebut.</p>
Konotasi	<p>Pada gambar tersebut menjelaskan suatu pertanyaan di dalam sebuah grup chat diduga grup chat mahasiswa baru yang bertanya terkait akun @keresahan.uin.saizu atas dasar kejelasan atau minat mahasiswa baru tersebut dengan kalimat “Mas ini termasuk organisasi di UIN SAIZU bukan mas?”</p>



Mitos	<p>Pada gambar tersebut dapat diklasifikasikan <b>kategori meme</b> pada postingan tersebut ialah Parodi dan Kritik, belum diketahui jelas bahwa grup tersebut merupakan grup mahasiswa baru atau bukan, namun pada gambar tersebut terlihat seperti seorang mahasiswa baru yang sedang bertanya perihal organisasi yang ada di kampus UIN Saizu kemudian menyertakan gambar profil akun keresahan.uin.saizu dan mengira akun tersebut merupakan salah satu dari bagian organisasi mahasiswa di kampus UIN Saizu.</p> <p>Kemudian <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> pada konten tersebut merupakan Asosiasi dengan gambaran mengaitkan suatu peristiwa dimana konten tersebut berhubungan juga dengan masa penerimaan mahasiswa baru di kampus UIN Saizu kemudian <i>Pay-off &amp; Fear arousing</i> yaitu mempengaruhi khalayak dengan maksud menggambarkan perasaan bingung dan menjadi hal yang lucu atas suatu ketidaktahuan, mengingat akun Instagram @keresahan.uin.saizu bukan merupakan bagian dari organisasi manapun di kampus UIN Saizu. Kemudian konten tersebut juga menggambarkan kebutuhan afektif yang dimana konten tersebut berkaitan dengan suatu perasaan yang menyenangkan dan emosional bagi para audiens.</p> <p>Terakhir <b>pesan sosial</b> yang terkandung pada postingan tersebut merupakan nilai vital, yang dimana baiknya kita harus mencerna informasi lebih cermat, memajemen serta membangun sumber informasi agresif yang dibutuhkan oleh mahasiswa baru maupun segenap masyarakat secara universal agar menghindari hal-hal yang menjadi disinformasi serta kesalahpahaman terhadap sesuatu yang dapat menjadi bahan candaan atau lelucon.</p>
-------	---

### 3. Gambar postingan pada 16 April 2022

Tanda	
Denotasi	<p>Pada gambar tersebut terlihat beberapa foto segerumun mahasiswa yang sedang melakukan pasca demonstrasi dan kemudian berujung pada klarifikasi. Kemudian pada gambar terakhir terlihat gambar kartun Spongebob sedang mengeluarkan ekspresi tertawa.</p>
Konotasi	<p>Dari postingan tersebut menjelaskan efek pasca demonstrasi pada 11 April 2022 lalu, dimana beberapa mahasiswa yang mewakili beberapa kampus pada saat demonstrasi menulis poster menggunakan kalimat yang kurang pantas yang kemudian viral dan berujung klarifikasi karena merasa mencoreng nama baik kampus mengacu pada text “lihat pelaku yang mencoreng nama kampus dan klarifikasi permintaan maaf”. Kemudian dalam hal yang serupa, kampus UIN Saizu juga merupakan salah satu yang menjadi pelaku penulisan kalimat yang kurang pantas pada saat demonstrasi diwaktu yang sama dimotori oleh Dewan Mahasiswa atau DEMA Universitas UIN Saizu sendiri sebagai penanggung jawab aksi dengan konotasi text “tiba-tiba teringat tingkah serupa yang dilakukan DEMA U”, namun mereka (DEMA) menolak dan enggan melakukan klarifikasi permintaan maaf serta menganggap hal itu</p>

	tidak perlu dibesar-besarkan.
Mitos	<p>Pada gambar tersebut dapat disimpulkan <b>Kategori meme</b> yang digunakan pada postingan tersebut merupakan meme Kritik dan Parodi. Meme tersebut berupaya mendesak dan mengajak Lembaga kemahasiswaan untuk klarifikasi terkait hal yang di ungkapkan pada gambar tersebut dengan mengambil contoh dari screenshot kampus lain yang sedang klarifikasi karena melakukan hal kurang pantas dengan memasukan kalimat kurang sopan saat aksi pada poster demo. Juga pada gambar tersebut merupakan parodi kartun Spongebob yang sedang mengeluarkan ekspresi tawa sebagai sebuah rasa untuk sindiran kepada Lembaga kemahasiswaan DEMA U karena tak kunjung enggan melakukan klarifikasi.</p> <p>Kemudian <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> merupakan metode Asosiasi dan metode <i>Icing</i>, dengan mengaitkan suatu peristiwa momentum yaitu saat demonstrasi 11 Maret 2022. Kemudian penyampaian komunikasi yang mencoba untuk memancing emosi sebuah reaksi massa melalui postingan tersebut, serta berusaha untuk meyakinkan audiens bahwa konten tersebut sangatlah menarik untuk dibahas. Kemudian untuk kebutuhan pada postingan tersebut ialah <i>Cognitive, Affective</i> dan <i>Social Intergrative Needed</i> karena pada postingan tersebut mengandung pemahaman terkait suatu fenomena, emosional, dan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan atau kepastian terhadap hubungan suatu instansi antar kelompok dan individu.</p> <p>Terakhir <b>Pesan sosial</b> yang dapat di tangkap pada postingan tersebut ialah Nilai material dan Nilai spiritual yang berlandas pada nilai moral, dimana akan lebih baik bagi siapapun baik secara umum atau seorang intelektual menggunakan kalimat yang tidak senonoh saat melakukan demonstrasi agar tidak menimbulkan efek kerugian bagi almamater yang diemban dan lingkungan sekitar. Kemudian bahwasanya saat melakukan suatu kesalahan dalam lingkup apapun</p>

	adakalanya untuk selalu mematuhi norma yang berlaku dan bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuat.
--	--

#### 4. Gambar postingan pada 4 Februari 2022

Tanda	
Denotasi	<p>-Pada gambar pertama (kiri) terlihat sebuah gambar sebuah chat grup whatsapp mahasiswa baru 2021 yang kemudian dibawah gambar tersebut terdapat sebuah karakter kartun Spongebob mengebelakangi kedua tangan dengan beberapa text.</p> <p>-Pada gambar kedua (kanan) terlihat dua orang dalam bentuk poster digital kampanye dengan beberapa text yang kemudian sama dengan gambar pertama (kiri) yaitu terdapat sebuah karakter kartun One Piece dengan beberapa text dan sebuah ekspresi.</p>
Konotasi	<p>-Pada gambar pertama (kiri) menjelaskan suatu pesan grup WhatsApp yang isinya berupa suatu ajakan untuk menyebarkan suatu gambar yang diduga merupakan sebuah gambar kedua (kanan) yakni dua buah poster promosi kampanye pemilihan himpunan mahasiswa jurusan kepada mahasiswa baru untuk disebarakan pada sosial media mereka pada jam tertentu yang sudah</p>



	<p>diarahkan oleh seseorang pada grup tersebut didalam chat tersebut. Kemudian terdapat gambar salah satu karakter Spongebob dengan kalimat “sedikit yang kamu tau maka semakin baik” yaitu diharapkan agar nantinya para mahasiswa baru tersebut tanpa bertanya dan mengetahui apa motif alasan menyebarkan gambar tersebut.</p> <p>-Pada gambar kedua (kanan) menjelaskan kedua gambar yang merupakan poster kampanye dari isi gambar pertama (kiri) dengan berisi gambar kedua calon tersebut dengan sebuah kata-kata mutiara atau <i>Quotes</i> dengan mengklaim dirinya sebagai pembuat <i>Quotes</i> tersebut. Kemudian pada gambar kedua (kanan) bagian kedua terdapat karakter kartun dengan ekspresi mutung yang menggambar kebosanan karena telah membaca <i>Quotes</i> dari kedua bakal calon tersebut mewakili ekspresi mahasiswa UIN Saizu.</p>
Mitos	<p>Pada kedua gambar tersebut dapat dikaitkan bahwa konten tersebut masuk pada <b>Kategori Meme</b> Politik, hal tersebut dapat dilihat pada gambar pertama (kiri) saat momentum pada penerimaan mahasiswa baru. Terdapat mahasiswa yang diduga bergelut dalam politik mencoba mempergunakan momentum untuk mempromosikan bakal calon guna memenangkan calon yang terdapat pada kedua gambar (kanan) dengan mengirim gambar pada grup Whatsapp yang didominasi oleh mahasiswa baru untuk melebarkan elektabilitas bakal calon tersebut. Kemudian pada gambar kedua (kanan) merupakan sebuah ekspresi sebagai mahasiswa UIN Saizu yang telah mengalami hal demikian seperti gambar pertama (kiri) dan merespon dengan ekspresi kebosanan merespon quotes yang terdapat pada gambar kedua calon tersebut melalui gambar kartun yang sedang memegang sebuah ponsel.</p> <p>Kemudian <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> pada konten tersebut yaitu metode <i>Fear arousing</i> untuk</p>



	<p>mempengaruhi khalayak pengguna Instagram dengan menggambarkan perasaan atau peristiwa yang sama karena terulang kembali. Kemudian postingan tersebut menimbulkan efek kebutuhan <i>Personal Intergrative needed</i> karena postingan tersebut berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan dan status suatu individual maupun kelompok yang bersangkutan pada konten tersebut.</p> <p>Terakhir <b>Pesan sosial</b> pada konten tersebut yang meliputi Nilai Vital, dimana instrument politik pada kasus konten tersebut sebagai subjek nilai vitalnya. Sebuah politisasi atau praktek politik ibarat sebilah pisau yang dapat digunakan untuk berbagai macam kegunaan. Politik dapat digunakan sebagai alat menuju kesejahteraan untuk kemaslahatan bersama dan umat, namun sebaliknya jika politik disalahgunakan maka akan menjadi kerugian yang berdampak pada banyak khalayak dan hanya menguntungkan segelintir pihak jika disalahgunakan, baik dari bermacam segi termasuk dalam praktiknya.</p>
--	---

### 5. Gambar postingan pada 3 Februari 2022

Tanda	
Denotasi	Pada gambar tersebut terlihat bagian depan kampus UIN Saizu yang

	<p>terdapat beberapa mahasiswa yang sedang berdemonstrasi protes unjuk rasa dengan membawa beberapa atribut pada siang hari, kemudian terdapat beberapa suatu text penegasan pada bagian atas dan bawah.</p>
Konotasi	<p>Gambar tersebut menjelaskan waktu demonstrasi para mahasiswa untuk menuntut keringanan atau potongan UKT (Uang Kuliah Tunggal) karena pada gambaran saat itu kondisi sedang pandemi virus yang mengakibatkan penurunan beberapa sektor pendapatan sebagian besar mahasiswa. Kemudian pada text postingan tersebut tertulis “Tolak Bayar UKT Demi Jajanin Ayang”, yang dimana justru penolakan untuk membayar Uang Kuliah Tunggal malah untuk menjadi uang saku untuk berkencan bersama pasangan.</p>
Mitos	<p>Pada gambar tersebut dapat ditafsirkan bahwa konten tersebut merupakan <b>Kategori Meme</b> remaja dan asmara, melalui analisis yang telah disinggung dimana sebuah konten tersebut merujuk kuat pada text yang memiliki unsur serta berhubungan dengan perasaan kasmaran yang menyenangkan atau sebaliknya.</p> <p>Kemudian pada <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> dalam konten tersebut menggunakan teknik metode asosiasi mengaitkan pada suatu peristiwa demonstrasi, kemudian kebutuhan yang didapat oleh audiens merupakan kebutuhan pelepasan atau <i>Escapism Need</i> yaitu emosi tentang perasaan dengan lawan jenis serta pelepasan ketegangan.</p> <p>Terakhir ialah <b>Pesan sosial</b> pada konten tersebut yang terkandung merupakan nilai spiritual dalam bagian nilai moral, mengacu pada suatu perilaku dengan dasar nilai-nilai sosial secara karakteristik budaya dan kebiasaan anak muda. Adakala baiknya anak seusia remaja menuju dewasa lebih banyak mengisi hal-hal yang bermanfaat untuk mengasah keahlian sebagai bekal di masa yang akan datang dan mempersiapkan kebutuhan asmara secukupnya</p>

	tanpa mengganggu proses yang menjadi suatu focus seperti dibidang perkuliahan.
--	--

### 6. Gambar postingan pada 24 Maret 2022

Tanda	 <p>The image is a screenshot of an Instagram post. At the top, the profile name 'keresahan.uin.saizu' and a sad face emoji are visible. The main content is a video frame showing two people outdoors. A man on the left is wearing a dark patterned shirt and has his hands on his hips, looking towards a woman on the right. The woman is wearing a dark hijab and a dark long-sleeved top. White text is overlaid on the video: 'HAI CINTA..' on the man and 'DIH, SO ASIK' on the woman. At the bottom of the screenshot, there are icons for likes, comments, shares, and a bookmark, along with the text 'Disukai oleh farhan.syarofi dan 700 lainnya'.</p>
Denotasi	<p>Pada gambar postingan tersebut terlihat kedua mahasiswa dan mahasiswi bertepatan di lingkungan kampus dengan beberapa dialog text yang menegaskan bahwa mahasiswa dan mahasiswi tersebut sedang berdialog singkat.</p>
Konotasi	<p>Dalam postingan tersebut menjelaskan seorang mahasiswa yang mencoba melakukan pendekatan kepada seorang mahasiswi dengan gestur tangan dipinggang yang menunjukkan rasa percaya diri mengatakan “hai cinta”, namun seorang mahasiswi tersebut menunjukkan gesture kepala yang menoleh yang dapat ditafsirkan sebagai sebuah perasaan tidak nyaman dan mengatakan “dih, sok asik” kepada mahasiswa tersebut.</p>
Mitos	<p>Postingan tersebut jelas menggambarkan <b>Kategori Meme</b> remaja dan percintaan yang dimana terlihat jelas pada sebuah text berupa dialog dan gesture pada kedua mahasiswa tersebut.</p> <p>Kemudian pada <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> konten tersebut menggunakan metode <i>Pay-off &amp; fear</i></p>

	<p><i>araousing</i>, dimana konten tersebut berupaya untuk mempengaruhi khalayak dengan menggambarkan suatu perasaan dan harapan-harapan untuk terbawa suasana kedalam konten tersebut. Kemudian efek kebutuhan yang ditimbulkan yaitu <i>Affective Needed</i> yang dimana konten tersebut menimbulkan suatu hiburan yang menyenangkan berupa keterkaitan dengan emosional.</p> <p>Terakhir <b>Pesan sosial</b> yang terkandung pada konten tersebut yaitu nilai moral yang terkandung dalam nilai spiritual. Sama seperti sebelumnya, ada baiknya seorang terpelajar terlebih remaja bisa meluangkan waktu banyak untuk hobi dan <i>softskill</i> guna menunjang masa depan. Kemudian ada baiknya jika kita berperilaku atau bertutur kata kepada lawan jenis untuk sebisa mungkin memberikan kenyamanan atas tindakan yang diperbuat, sehingga tidak menimbulkan kerenggangan baik untuk individu kepada kelompok dan sebaliknya.</p>
--	---

### 7. Gambar postingan pada 10 Mei 2022

Tanda	
Denotasi	Terlihat suatu gambar yang merupakan kepala surat dari logo UIN Saizu bukan berwarna hijau seperti biasanya, melainkan berwarna

	kuning.
Konotasi	Dalam postingan tersebut menjelaskan suatu kesalahan pada mesin cetak printer yang memudar atau kehabisan tinta sehingga logo UIN menjadi warna kuning. Yang dimana warna dan dari segi bentuk yang mendukung mengingatkan kepada para audiens logo kampus tetangga UIN Saizu yaitu Universitas Jendral Sudirman yang memiliki warna dan pola bentuk hampir mirip pada postingan tersebut. Juga didalam caption tersebut tertulis kata “UINSOED” yang merupakan sebuah plesetan gabungan kata dari UIN dan UNSOED.
Mitos	<p>Postingan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai <b>Kategori Meme Parodi</b>, yang dikarenakan postingan tersebut tercipta karena adanya ketidaksengajaan atas kesalahan cetak, kemudian sebuah plesetan dari relasi yang menciptakan keterkaitan dengan hal tertentu.</p> <p>Kemudian <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> pada konten tersebut ialah <i>Pay-off &amp; Fear Arousing</i> yang dimana konten tersebut memancing emosi para audiens agar menggambarkan suatu perasaan senang berupa hiburan secara non-verbal dalam menerima atau melihat konten tersebut. Lalu kebutuhan komunikasi yang timbul dari konten tersebut merupakan kebutuhan hiburan (<i>Affective needed</i>) karena berkaitan dengan kesenangan serta emosional, juga mengurangi emosi ketegangan yang masuk kedalam kebutuhan pelepasan emosi (<i>escapism needed</i>) karena kenyataan yang beracu pada konten tersebut.</p> <p>Terakhir <b>Pesan sosial</b> yang terkandung pada konten tersebut mengandung nilai material. Adakalanya dalam menggunakan sesuatu hal agar lebih teliti dan dilakukan <i>crosscheck</i> dahulu, terlebih guna mengetahui suatu kualitas dan kuantitas suatu benda salah satunya untuk kegunaan yang penting. Konten tersebut</p>



	merupakan suatu cerminan yang akhirnya keluar karena suatu kelalaian dalam penggunaan mesin cetak yang belum sempat di periksa secara berkala sebelum digunakan.
--	--

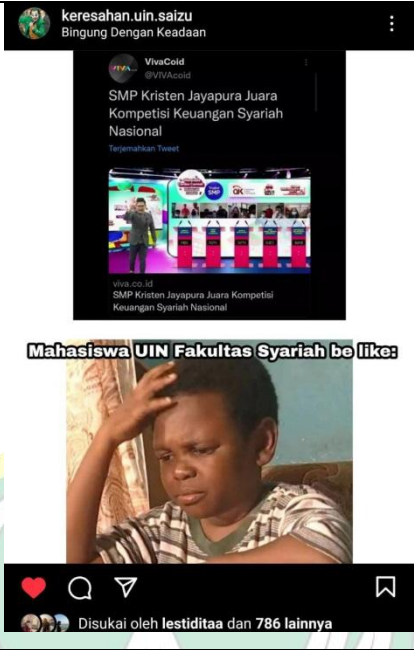
#### 8. Gambar postingan pada 2 Juni 2022

Tanda	
Denotasi	Terdapat suatu gambar maneken yang menggunakan kopiah, kaos dengan luaran almamater IAIN Purwokerto mengenakan sarung.
Konotasi	Gambar tersebut menjelaskan suatu maneken yang merupakan ‘patung-patungan’ yang biasa kita jumpai serta digunakan pada toko pakaian untuk memamerkan pakaian mereka kepada para calon pembeli. Kemudian manekin tersebut memakai sebuah kopiah, sarung, dan almamater yang dimana hal tersebut tidak jauh dari pakaian mahasiswa UIN Saizu sendiri yang saat ketika sedang berada di pondok pesantren, karena beberapa kebijakan aturan yang diterapkan mewajibkan sebagian mahasiswa untuk tinggal dipondok pesantren.
Mitos	Postingan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai <b>Kategori Meme</b> Parodi yang dimana pada konten tersebut melibatkan unsur-unsur plesetan dan imitasi visual tertentu seperti maneken, sarung, kopiah, serta almamater.

**Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai** pada konten tersebut merupakan teknik metode asosiasi yaitu mengaitkan pada suatu hal yang dimana suatu maneken menggunakan almamater berpakaian ala santri guna menarik minat audiens untuk bereaksi dan beropini pada konten tersebut secara non verbal tanpa penjelasan text didalamnya. Kemudian kebutuhan yang ditimbulkan pada konten tersebut merupakan Affective Needed yang berkaitan dengan keindahan atau estetika pada postingan tersebut, namun bisa jadi menjadi kebutuhan kognitif karena audiens akan mencoba memahami apa atau adakah maksud yang terselubung lewat postingan tersebut.

Terakhir pada **Pesan sosial** yang terdapat pada konten tersebut merupakan Nilai spiritual yang mencakup nilai estetika dan nilai religius. Nilai estetika terdapat saat sesuatu hal yang didasari suatu pertimbangan yang meliputi keindahan pada maneken yang mengenakan sarung dan maneken, dimana postingan tersebut sangat lekat dan identik pada mahasiswa UIN yang lekat dengan ilmu keagamaan. Maka dari itu segi citra yang ditimbulkan mahasiswa UIN umumnya adalah kealiman serta ilmu agama yang harus dikedepankan. Kemudian nilai religius pada postingan tersebut yaitu kopiah dan sarung sebagaimana kedua aksesoris tersebut merupakan salah satu budaya untuk menunaikan ibadah dalam islam.

### 9. Gambar postingan pada 16 April 2022

Tanda	 <p>The image shows a social media post. At the top, it says 'keresahan.uin.saizu Bingung Dengan Keadaan'. Below that is a screenshot of a news article from Viva.co.id with the headline 'SMP Kristen Jayapura Juara Kompetisi Keuangan Syariah Nasional'. Underneath the article is a meme of a young boy with a distressed expression, holding his hand to his forehead. The text 'Mahasiswa UIN Fakultas Syariah be like:' is written above the boy's head. At the bottom of the post, there are icons for likes, comments, and shares, along with the text 'Disukai oleh lestditaa dan 786 lainnya'.</p>
Denotasi	<p>Pada postingan tersebut terlihat gambar suatu artikel berita dari Viva.co.id berisi beberapa kalimat, kemudian pada gambar terakhir terdapat gambar seorang anak berkulit hitam dengan gesture memegang kepala dan beberapa kalimat berupa text sebagai upaya penegasan dari postingan tersebut.</p>
Konotasi	<p>Konotasi tersebut menjelaskan bahwa portal berita artikel Viva.co.id menulis 'Sekolah Menengah Pertama Kristen di Jayapura telah berhasil memenangkan juara pada kompetisi keuangan syariah nasional'. Kemudian pada gambar setelahnya terdapat suatu gambar seorang anak berkulit hitam yang sedang memparodikan menjadi mahasiswa fakultas syariah dengan gestur memegang kepala yang menunjukkan sifat kebingungan setelah membaca isi <i>head news</i> (kepala berita) tersebut.</p>
Mitos	<p>Dari postingan tersebut <b>Kategori Meme</b> yang terdapat pada postingan yakni klasifikasi dari meme parodi, postingan tersebut memiliki unsur imitasi visual yang dimana telah mengandung ironi dari sebuah relasi yang menjadi rujukan serius.</p> <p>Kemudian <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang</b></p>

	<p><b>dipakai</b> dalam konten tersebut menggunakan teknik Asosiasi dan kebutuhan kognitif (<i>Cognitive needed</i>), yang dimana konten tersebut menyajikan sesuatu yang mengaitkan suatu peristiwa berupa portal berita yang menjelaskan tentang SMP Kristen Jayapura yang memenangkan lomba keuangan syariah dan memancing para audiens untuk mengetahui kebutuhannya berupa kredibilitas informasi dari konten yang diunggah oleh akun @keresahan.uin.saizu tersebut.</p> <p>Terkahir makna dari <b>Pesan sosial</b> pada postingan tersebut mengandung nilai vital dan nilai religius yang mencakup nilai spiritual, dimana sebagai manusia menuntut ilmu ialah wajib yang dimana semua ilmu saling berhubungan satu sama lain, juga ilmu merupakan suatu kunci akan kebaikan suatu pengetahuan. Kemudian pada nilai religius kita wajib menghormati saling tenggang rasa dan saling memiliki rasa toleran satu sama lain untuk menghindari suatu perpecahan antar umat, golongan dan ras.</p>
--	---

### 10. Gambar postingan pada 14 Maret 2022

Tanda	
Denotasi	Terlihat pelataran parkir kampus yang dipenuhi lumut dan terdapat

	<p>suatu tulisan pada selembar kertas yang menjadi suatu pembatas.</p>
Konotasi	<p>Dari gambar tersebut menjelaskan suatu lahan parkir yang kurang terawat akibat pandemi virus, sehingga mobilisasi kegiatan kampus berkurang dan diarahkan pada kegiatan pembelajaran online, hal tersebut juga yang menyebabkan banyaknya kecelakaan pengendara sepeda motor yang tergelincir karena pertumbuhan lumut tersebut ketika hendak memarkirkan kendaraan. Kemudian pada text kertas dalam postingan tersebut tertulis kalimat yang bersifat satire “Lumut ini dipelihara, jangan diinjak nanti rusak” yang bisa diasumsikan untuk melarang para pengendara untuk memarkirkan kendaraan di area tersebut dan kiranya pihak kampus dapat membenahi hal demikian.</p>
Mitos	<p>Dari postingan tersebut dapat disimpulkan bahwa <b>Kategori Meme</b> pada gambar tersebut merupakan Meme Motivasi, dimana gambar tersebut mengingatkan kita untuk selalu hati-hati dalam keadaan pasca pandemic pada sarana yang kurang terawat yang berakibat mencelakai diri atau orang sekitar. Pada text dalam gambar tersebut juga mengandung unsur satire yang bisa jadi bermakna untuk menyindir pihak terkait guna segera memperbaiki segala sarana pasca pandemi.</p> <p>Kemudian <b>Teknik dan kebutuhan komunikasi yang dipakai</b> pada unsur konten tersebut merupakan metode asosiasi, dengan mengaitkan konten pada suatu peristiwa dan metode Integrasi sehingga melalui konten tersebut audiens khususnya mahasiswa terjalin kesamaan rasa senasib secara non verbal melalui konten tersebut. Lalu efek kebutuhan yang ditimbulkan setelahnya adalah kebutuhan kognitive (<i>Cognitive Needed</i>) yang dimana audiens akan menangkap suatu pemahaman tentang fenomena yang terjadi pada konten tersebut.</p> <p>Terakhir <b>Pesan sosial</b> pada konten tersebut mengandung</p>



nilai material, yang dimana terletak pada objek gambar tersebut yaitu halaman parkir. Sebagaimana yang terkandung dari fungsi dan kegunaan lahan parkir, dimana bukan hanya seorang petugas yang harus segera membenahi sarana tersebut, namun semua orang wajib seterusnya untuk menggunakan serta menjaga sarana dan prasarana yang telah disediakan untuk kemaslahatan bersama. Kemudian nilai moral yang dimana saling mengingatkan satu sama lain, mengingat budaya serta lingkungan terpelajar di perguruan tinggi seharusnya bisa lebih mengerti dalam pemanfaatan layanan sarana dan prasarana yang disediakan dimanapun dan apapun bentuknya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan temuan data penelitian yang dilakukan terhadap 10 unggahan pesan sosial melalui media sosial pada akun Instagram @keresahan.uin.saizu tahun 2022 menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa penyampaian pesan sosial melalui media sosial pada akun tersebut menggunakan: Metode Asosiasi, Integrasi, *Fear Araousing* dan *Icing* sebagai teknik dalam penyampaian komunikasi massa didalam pesan sosial melalui media sosial Instagram. Kemudian metode Asosiasi dalam penelitian ini lebih mendominasi yang digunakan oleh akun tersebut guna mencari dukungan dari pihak tertentu yang menguntungkan bagi akun @keresahan.uin.saizu.

Kemudian makna pesan sosial yang terkandung pada Mitos melalui analisis semiotika Roland Barthes yang mengacu pada Tanda, Konotasi, Denotasi dari ke-10 tersebut meliputi beberapa nilai sosial yaitu: Material, Vital, Moral, Estetika dan nilai Religius.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada penelitian yang dilakukan terdapat saran-saran diantaranya pesan sosial yang disampaikan agar lebih objektif, bermakna, dan luas dengan hal yang sering dilakukan dalam berkehidupan dilingkungan serta kehidupan para mahasiswa khususnya sehari-hari. Mencoba untuk melakukan kegiatan interaktif di media sosial Instagram dengan live serta membuka QnA agar dapat mengetahui secara pasti *feedback* yang terjadi di kalangan mahasiswa khususnya keresahan yang ada di UIN Saizu serta memperluas isi konten meme dengan makna sehingga pesan dapat diterima secara lugas sesuai apa yang diinginkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. 2006. *Pendekatan Kualitatif pada Skripsi Mahasiswa Psikologi Undip 2006*. Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro. Vol. 3. No. 2.
- Achsani, Ferdian. 2019. *Tindak Tutur Direktif dan Implikatur Konvensional dalam Wacana Meme Dilan*. Jurnal IMAJERI. Vol. 01. No. 2.
- Afianti, Yati. 2008. *Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif*. Jurnal Keperawatan Indonesia. Vol. 12. No.2.
- Ahmad, Amar. 2013. *Perkembangan Media Online dan Fenomena Disformasi*. Jurnal Perkomnas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar. Vol. 16. No. 3.
- Akhmad, Khabib. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM*, Jurnal Data.com ISSN: 2086-9436. Vol. 9. No. 1.
- Allifiansyah, Sandi. 2016. *Kaum Muda, Meme dan Demokrasi Digital di Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada. Vol. 13. No. 2.
- Artikel. Sejarah meme guyonana renyah di media sosial. situs <https://www.lazone.id/entertainment/news/sejarah-meme-guyonan-renyah-di-media-sosial-c36663>. Diakses 20 Oktober 2021 pukul 03.37 WIB.
- Asmiati, Puji. 2019. *Meme "Tuman" di Media Sosial: Analisis Semiotika Roland Barthes*. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Barthes, Roland. 2004. *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barthes, Roland. 2007. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Barthes, Roland. 2007. *Petualangan Semiologi Roland Barthes*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Barthes, Roland. 2012. *Elemen-Elemen Semiologi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Basori. 2014. Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Online dengan Menggunakan Media E-Learning pada Perkuliahan Body Otomotif. *Jurnal JIPTEK*, Vol. VII. No.2.
- Budiman, Kris. 2004. *Analisis Wacana Linguistik sampai Dekonstruksi*. Yogyakarta: Kanal.

- Cahyono, Anang. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*. Vol. 9. No. 1.
- Chintya, Puspitasari. 2019. Representasi Gaya Humor Dalam Meme Politik, Jurnal e-Proceeding of Management. *Jurnal Telkom University*. Vol. 6. No.3.
- Damayanti, Rini. 2019. Pemaknaan Pragmatik dalam Teks Meme di Instagram. *Jurnal Ilmiah FONEMA: Jurnal Edukasi Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*. Vol. 2. No.1.
- Deslima, Yosieana. 2018. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*. Skripsi. Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Eko, Hasional. "Kumpulan Meme Tuman Versi Gubernur Khofifah: Pakai Bahasa Jawa Timuran", Article dalam <http://www.tribunnews.com/regional/2019/03/16> diakses 22 Oktober 2021, 13:33 WIB.
- Faosal, Sanafiah. 2002. *Dasar dan Teknik Penelitian keilmuan Sosial*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Ferdiansyah, Muchammad. 2016. Asesmen Terhadap Keterampilan Mahasiswa Bimbingan dan Konseling dalam Menyusun Skripsi Penelitian Kualitatif. *Jurnal Fokus Konseling*. Vol. 2. No. 2.
- Gafar, Abdul. 2008. Penggunaan Internet Sebagai Media Baru dalam Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. Vol. 8. No. 2.
- Ilham, Muh. 2017. *Representasi Budaya Populer Meme Comic Indonesia*. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Jones, Pip. 2009. *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme hingga Post-Modernisme*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Juditha, Christiany. 2015. Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung. *Jurnal Pekomnas*. Vol.18. No. 2.
- Lestaluhu, Said. 2015. Peran Media Cetak dalam Mengawal Kebijakan Publik di Kota Ambon. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. Vol. 19. No. 1.
- Luthfi, Alifiah. 2020. Analisis Semiotika Kritik Sosial dalam Balutan Humor Pada Komik Faktap. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 17. No. 1.

- Mahendra, Bimo. 2017. Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Prespektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. 16. No. 1.
- Musianto, Lukas. 2002. Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 4. No.2.
- Muslich, Masnur. 2008. Kekuasaan Media Massa Mengonstruksi Realitas. *Jurnal Bahasa dan Seni*. Tahun 36, No. 2.
- Nasrullah Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nida, Fatma. 2019. Persuasi dalam Media Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam AT-TABSYIR*. Vol 2. No. 2.
- Nurhidayah, Dewi. 2017. *Representasi Makna Pesan Sosial Dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika*. Jurnal Online Kinesik Universitas Tadukolo. Vol. 4. No. 1.
- Piliang, Yasraf. 2011. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- Pradopo, Rachmat. 1998. Semiotika: Teori, Metode dan Penerapannya, *Jurnal Humaniora*. No. 7.
- Profile akun Instagram @keresahan.uin.saizu, Diakses melalui web [https://instagram.com/keresahan.uin.saizu?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/keresahan.uin.saizu?utm_medium=copy_link). Pada 26 Oktober 2021, 19:32 WIB.
- Pusanti, Rosa Media. 2015. *Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial 'Path' sebagai Media Kritik di Era Siber)*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Pusanti, Rosa Media. 2017. *Representasi Budaya Meme Comic Indonesia (analisis semiotika meme dalam fanpage meme comic indonesia)*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Raco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Penggunaannya*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarna Indonesia.

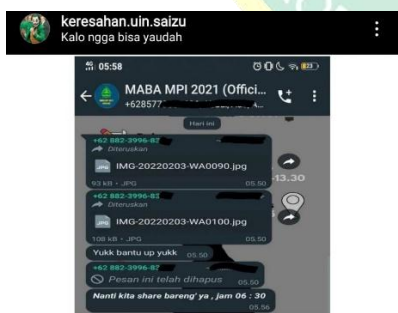
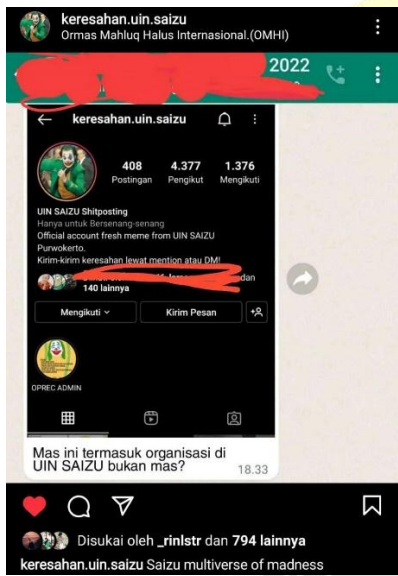
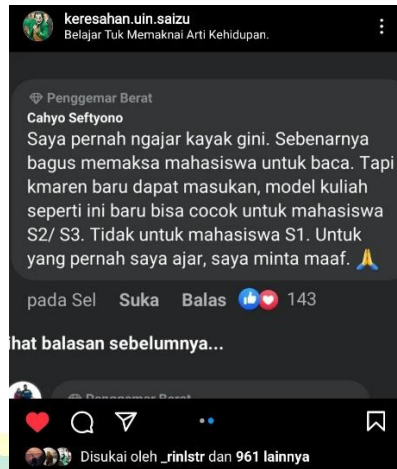
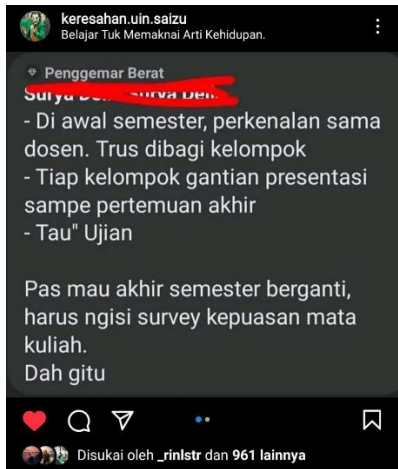


- Rahayu, Siti. 2016. Tinjauan atas Proses Bisnis Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Survey pada perguruan tinggi kota Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi*. Vol. VIII, No.2.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustakrya.
- Sampurn, Muchammad. 2020. Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19. *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Vol. 7. No. 6.
- Sasmito, Maya. 2015. Pemanfaatan Media Sosial Facebook Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Media Aplikom STIKOM Yos Sudarso*. Vol. 4. No. 4.
- Setiadi, Ahmad. 2016. Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Cakrawala*. Vol. 16. No.2.
- Seto, Indiwani. 2013. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sholikhah, Amiratun. 2016. Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal KOMUNIKA. fak. Dakwah IAIN Purwokerto*. Vol. 10. No.2.
- Siregar, Ellanda. 2014. *Perbandingan Media Konvensional dan New Media terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Sunarya, Lusyani. 2015. Keefektifan Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi pada Perguruan Tinggi Rahaarja. *Jurnal ISSN: 1978-8282*. Vol. 9. No.1.
- Watie, Errika. 2011. Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal THE MESSENGER*. Vol. 3. No.1.
- Winarso, Bambang. Artikel <https://dailysocial.id/amp/post/apa-itu-instagram>. diakses pada 01 November 2021 pukul 18:38 WIB
- Yulianto, Rifan Tri. 2020. *Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @EDHNX*. Skripsi. Purwokerto: Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## GAMBAR POSTINGAN YANG DIANALISIS







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### IDENTITAS DIRI

Nama : Irham Hanif Abriyanto  
NIM : 1817102063  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal dan Lahir : Jakarta, 23 Oktober 1999  
Alamat : Kp. Petukangan, RT. 002, RW 04,  
Rawaterate, Cakung, Jakarta Timur, DKI  
Jakarta.  
Nama Ayah : alm. Anang Abriyanto  
Nama Ibu : Partiyem

### RIWAYAT PENDIDIKAN

SD/MI, Tahun lulus : SDN Rawaterate 01 Pagi, 2011  
SMP/MTs, Tahun lulus : MTs N 31 Jakarta Timur, 2014  
SMA/MA, Tahun lulus : Madrasah Aliyah Al-Jauhariyah, 2017  
S1/D4, Tahun lulus : UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto  
fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2022

### PENGALAMAN ORGANISASI

1. Demisioner Kementrian Sosial Dewan Eksekutif Mahasiswa fakultas Dakwah, 2020/2021
2. Komunitas Pegerak Sosial UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto