

MEME CULTURE SEBAGAI KRITIK TERHADAP CAPRES & CAWAPRES PEMILU PRESIDEN 2014 DI TWITTER

Oleh: Haris Hanan (0712115330289)

harishanan@rocketmail.com

ABSTRAK

Perkembangan internet memunculkan satu hal populer yang disebut sebagai ‘*meme*’. *Meme* merupakan unit terkecil dari sebuah kebudayaan yang dapat berupa *catchphrases*, *fashion*, melodi dan video. *Meme* pada umumnya dibuat secara jenaka untuk mengkritisi fenomena sosial dengan cara yang menggelitik.

Media Twitter merupakan salah satu media sosial populer di dunia karena memberi kebebasan penggunanya untuk mengemukakan pendapatnya. Hal itu pulalah yang membuat Twitter makin marak penggunaannya selama Pilpres 2014 dan makin dipenuhi dengan *meme* yang dimunculkan oleh penggunanya. *Meme* tersebut pada umumnya berbentuk kritikan terhadap calon-calon presiden dan wakil presiden di tahun 2014 yakni Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa, beserta Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Penelitian ini berusaha membedah bentuk kritik apa sajakah yang ditujukan kepada dua pasangan calon ini dalam bentuk *meme* dalam media Twitter.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode Semiotik Saussure. Penelitian ini membedah gambar dengan menjabarkan *signifier* dan *signified* lalu menganalisis hubungan di dalamnya. Penelitian ini mengungkap bahwa kritik terhadap kedua pasangan calon seringkali ditujukan kepada latar belakang, sejarah, agama, keluarga dan kebijakan politiknya.

Kata Kunci: *Meme*, Pemilihan Presiden 2014, Kritik, Twitter, *New Media*.

PENDAHULUAN

Penelitian ini mengenai artikulasi kritik terhadap kedua calon presiden (capres) yang disampaikan melalui media *meme* selama masa pemilihan presiden (Pilpres) di tahun 2014. Asumsinya, *meme* tersebut berperan sebagai media komunikasi politik. Penelitian ini menjadi penting karena dibalik *meme* tersebut terdapat simbol, tanda, dan lambang yang memiliki makna secara eksplisit ataupun implisit. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui makna-makna implisit pada *meme* terkait Pilpres 2014.

Pada masa pemerintahan orde baru, mengkritisi keadaan politik di Indonesia tidak diperbolehkan bahkan dilarang. Sehingga media massa yang memiliki fungsi kontrol sosial tidak bisa menjalankan fungsinya. Meski Sistem Pers Pancasila—yang telah disahkan pada tahun 1966—menitik-beratkan kebebasan dan tanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan jurnalisme yang dimana dalam aplikasinya tidak berjalan dengan baik.

Kebebasan bersuara dan berpendapat di Indonesia baru dirasakan pada akhir tahun 1990-an. Angin segar terhadap pers baru muncul setelah Presiden Soeharto resmi lengser pada tanggal 21 Mei 1998, yang digantikan oleh Wakil Presiden BJ Habibie. Presiden BJ Habibie kemudian membuat kebijakan mengenai Kemerdekaan Menyampaikan Pendapat di Muka Umum yang tertuang pada UU Nomor 9 Tahun 1998, yang membuat media massa maupun masyarakat lebih leluasa dalam berpendapat. Media pun berkembang salah satunya media sosial.

Perkembangan media sosial sebagai media alternatif memberikan wadah bagi masyarakat untuk bersuara dan berpendapat secara bebas. Media sosial juga memungkinkan penggunanya untuk mengunggah gambar, yang tidak jarang gambar-gambar tersebut telah diolah dan diubah terlebih dahulu. Gambar- gambar olahan inilah yang disebut dengan *meme*.

Meme merupakan sesuatu yang terkenal dan tersebar melalui internet, dapat berupa gambar atau video, catchphrases, hashtag dan lain-lain. *Meme* berasal dari Bahasa Yunani ‘*mimeme*’ yang berarti meniru. Pengadopsian kata *meme* berasal dari istilah biologis, adalah Richard Dawkins dalam bukunya yang berjudul ‘The Selfish Gene’ menyatakan bahwa *meme* adalah konsep dalam prinsip evolusi yang menjelaskan tentang penyebaran ide dan fenomena kultural. *Meme* pada umumnya berisi sindiran dan parodi dari realita sosial yang ada untuk meningkatkan awareness terhadap permasalahan sosial. *Meme* di era informasi saat ini dinilai memiliki efek yang sangat besar dalam mempengaruhi khalayak.

Dikutip dari www.dazeddigital.com *meme* dapat meningkatkan awareness tentang isu-isu politik dan menjaga agar diskusi- diskusi publik mengenai isu-isu politik tetap hidup. *Meme* juga dapat mengubah perspektif khalayak dalam memandang peristiwa- peristiwa politik dengan cara menantang informasi yang telah disediakan media massa. Keunikan *meme* bahkan menarik perhatian pemerintah Amerika Serikat. Dikutip dari laman www.washingtonpost.com melalui National Science Foundation, pemerintahan Amerika Serikat mengalokasikan dana sejumlah Rp. 11,7 miliar untuk meneliti siklus hidup dan berapa lama *meme* bertahan di internet.

Meme pun dijadikan pilihan dikarenakan penuh akan unsur humor yang dinilai lebih mengena dan meningkatkan awareness, secara bersamaan pada *meme* juga disisipkan nilai-nilai ideologis dan kepercayaan yang nantinya diharapkan mampu mempengaruhi khalayak. Masha Mishkinsky (dalam Yuliani, 2012:1) dalam tulisannya berjudul Humour as a Courage Mechanism mengatakan bahwa humor merupakan alat yang digunakan untuk menanggapi realitas yang tidak menyenangkan dengan cara memodifikasi makna konsep, keyakinan, situasi, dan obyek (yang dianggap tidak menyenangkan atau menjengkelkan) menjadi lebih

dari satu dimensi (pemaknaan). Mishkinsky menyebut humor sebagai *courage mechanism* atau bagian dari *defense mechanisms* karena humor digunakan sebagai senjata (alat atau mekanisme) dalam konflik sehari-hari (dalam Yuliani, 2012: 1). Berdasarkan pendapat tersebut, *meme* yang sarat akan unsur humor dinilai memiliki efek yang lebih mendalam terhadap kepekaan masyarakat atas sebuah permasalahan yang sedang berlangsung. Sarat akan unsur humor yang begitu kental, *meme* kerap kali dijadikan media perlawanan. Selaras dengan pernyataan Mishkinsky (dalam Yuliani, 2012: 1) diatas, hal-hal yang tampak serius dan sensitif untuk dibicarakan terlebih dikritisi mampu dikemas dengan jenaka melalui *meme* tanpa menghilangkan pesan dan tujuan yang ingin disampaikan.

Hal yang sama juga terjadi di Indonesia, dimana *meme* digunakan sebagai media yang berisi muatan politis. Penggunaan *meme* sebagai media politis mulai terjadi selama pemilihan presiden (Pilpres) 2014, dimana *meme* tersebut dikemas sebagai media komunikasi politik dari kedua calon presiden untuk meraih suara. *Meme* menjadi media menyuarakan kritik bagi lawan-lawan politik seseorang. Kritik sendiri diartikan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai kecaman atau tanggapan, kadang-kadang disertai uraian dan pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat, dan sebagainya. Sehingga *meme* yang memiliki isi kritik di dalamnya adalah *meme* yang mengecam atau menanggapi pertimbangan baik-buruk terhadap capres Jokowi dan Prabowo selama pilpres 2014.

Twitter menjadi medium yang menarik untuk diteliti karena berdasarkan data yang dikutip dari laman Kemertian Komunikasi dan Informasi (Kominfo), Twitter merupakan laman yang paling tinggi aksesnya. Berdasarkan catatan SemioCast yang dikutip dari laman www.tempo.co pada tahun 2013 Indonesia menduduki peringkat ke-3 jumlah pengguna Twitter dunia dengan nilai 6.5% dan diperkirakan pula menyumbang sejumlah satu miliar tweet-kicauan. Pada masa Pilpres 2014 PoliticaWave mencatat pada periode 8/6/2014-5/7/2014 terdapat 5.977.879 percakapan dan 1.592.323 netizen yang melakukan percakapan terkait kedua pasangan Capres dan Cawapres (Wadipalapa, 2016:302).

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kritik terhadap kedua pasangan capres dan cawapres disampaikan melalui *meme* selama Pilpres 2014. Objek dalam penelitian kali ini adalah *meme* yang berbentuk gambar yang menampilkan Jokowi Widodo (Jokowi) dan Prabowo Subianto. Penelitian ini akan menguak makna simbol, tanda, dan lambang serta kaitannya dengan faktor-faktor yang melatar-belakangi penggunaannya, kemudian I-9 peneliti akan mendeskripsikan konstruksi sosial apa yang ingin dibentuk oleh khalayak melalui *meme* yang berada di media sosial tersebut.

PEMBAHASAN

New media berperan dalam membentuk wacana yang ada di masyarakat, melalui new media pula masyarakat berkesempatan untuk bersuara dan berperan aktif sebagai public watchdog. Masyarakat tidak hanya mengawasi saja melainkan turut pula dalam mengkritisi dan memberikan solusi. Jenkins dalam Juza (2013:12) menyebutkan fenomena ini sebagai budaya partisipatori, seluruh khalayak berkesempatan sama untuk bersuara.

Habermas dalam Dahlberg (2005:6) menyatakan bahwa ruang publik adalah tempat dimana semua orang bisa menyampaikan pendapatnya dan syarat dari ruang publik adalah tidak ada dominasi sehingga diskusi bisa dijalankan secara berimbang. Berdasarkan definisi diatas, internet dalam bentuk Twitter merupakan salah satu bentuk yang paling mendekati ruang publik menurut Habermas. Sehingga Twitter dapat menjadi media yang ideal dalam mengutarakan pendapat maupun berdiskusi tentang diskursus maupun permasalahan yang ada di masyarakat.

Di dalam media-media yang tergolong sebagai new media, sering kali terjadi konvergensi media. Konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dalam satu titik tujuan (Pawito dalam Pusanti, 2015:50). Konvergensi ini memfokuskan kepada digitalisasi informasi sehingga datanya diubah dari analog menjadi digital. Sehingga pada saat ini, masyarakat memiliki interaktivitas yang tinggi dengan media karena dengan satu alat (gadget) saja, manusia bisa mengakses beberapa fitur sekaligus. Pusanti (2015:50) menjelaskan bahwa interaktivitas ini menggantikan komunikasi satu arah yang dimiliki old media menjadi komunikasi dua arah new media. Sehingga dalam aspek new media, berbagi informasi tidak lagi hanya sekedar membaca berita atau membagi berita, namun juga memunculkan komentar dan kritik yang salah satunya bisa ditempuh dengan menggunakan media *meme*.

Tim Dwyer (dalam Pusanti, 2015:50) menyatakan bahwa konvergensi media mempengaruhi empat aspek dalam kehidupan manusia, yakni ekonomi, sosial, budaya dan politik. Karena keempat aspek tersebut merupakan hal-hal yang dipengaruhi oleh new media, bisa jadi keempat hal tersebut juga mempengaruhi artikulasi kritik yang disampaikan melalui new media, terutama media *meme*.

Meme yang mengandung aspek sosial seringkali mengkritisi bagaimana rekam jejak sang calon presiden, seperti yang terletak pada *meme* Prabowo berikut. *Meme* tersebut menggambarkan Prabowo sebagai sosok yang setara dengan Adolf Hitler.



Dengan meletakkan wajah Prabowo dalam poster film yang menceritakan kejahatan Hitler, seakan-akan ingin menunjukkan kesamaan kesan jahat yang dimiliki Hitler dan Prabowo. Hal ini berarti bertujuan untuk mengingatkan pembaca bahwa Prabowo juga pernah melakukan hal yang sama dengan yang Hitler lakukan. Prabowo pernah dituding melakukan pelanggaran HAM di Timor Timur. Ia juga pernah diduga sebagai oknum yang berada dibalik kerusuhan Mei 1998, dan isu kudeta untuk menggulingkan Presiden Soeharto.

Kesan jahat tidak hanya muncul dari persamaan antara Hitler dan Prabowo namun juga didukung dengan penggunaan warna latar hitam III-7 yang dominan serta kalimat “The Rise of Evil” turut melengkapi kesan negatif yang disampaikan oleh Gambar 3.1. Warna hitam merupakan warna yang bernilai negatif karena dianggap sebagai warna kegelapan (Rastati, 2008). Menurut Bear (dalam Rastati, 2008) warna hitam juga memiliki makna psikologis serius, misterius, seksi dan luar biasa (sophisticated). Selanjutnya, pada sisi kanan Foto Prabowo terdapat rangkaian kalimat berbahasa Inggris yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia memiliki arti “satu-satunya hal yang dibutuhkan untuk menangnya sebuah kejahatan adalah dengan cara laki-laki yang baik tidak melakukan apapun.” Kutipan kalimat tersebut merupakan buah karya dari Edmund Burke yang merupakan seorang tokoh politik kelahiran Irlandia di abad ke-17.

Di dalam *meme* tersebut juga ditampilkan orang-orang yang berada di “belakang” atau mendukung dan dalam satu kubu yang sama dengan Prabowo. Dari kiri ke kanan *meme* tersebut, terdapat Habieb Rizieq selaku Ketua Front Pembela Islam (FPI) yaitu organisasi massa keagamaan yang dikenal dengan seringnya aksi penegakan “hukum agama” secara sepihak karena tidak melibatkan aparat penegak hukum dalam melaksanakannya. Sepak

terjang Habieb Rizieq selaku pimpinan FPI memang tidak pernah jauh dari tindakan main hakim sendiri. Beberapa razia dengan mengatas-namakan agama telah digelar dan langsung ditindak-lanjuti langsung oleh anggota-anggota FPI sendiri, hal ini seolah-olah dengan sengaja dibiarkan oleh polisi sebagai aparaturnegara yang secara resmi telah diatur oleh undang-undang (Turmudi dan Sihbudi, 2005:283).

Selanjutnya terdapat Ahmad Dhani selaku musisi yang cukup terkanal dari grup band Dewa 19. Ahmad Dhani yang secara resmi mendukung majunya Prabowo dan Hatta Rajasa sebagai capres dan cawapres pada Pilpres 2014 ini juga tidak luput dari rekam jejak negatif pula. Pemberian dukungan yang diberikan Ahmad Dhani kepada Prabowo-Hatta pada Pilpres 2014 berujung kritikan dari sebagian masyarakat. Video klip musik yang berisikan Ahmad Dhani mengenakan seragam yang serupa dengan Nazi yaitu divisi Waffen SS. Waffen SS merupakan divisi yang bertugas di kamp-kamp konsentrasi milik Nazi. Berikutnya adalah Aburizal Bakrie yang berprofesi sebagai pengusaha dan politikus. Rekam jejaknya sebagai seorang konglomerat di bawah bendera Bakrie Group juga tidak luput dari permasalahan, yaitu kasus bocor dan meluapnya galian lumpur hingga menenggelamkan sejumlah kecamatan di Sidoarjo di tahun seputaran tahun 2009-2010 yang hingga saat ini tidak ada solusinya. Pembayaran ganti rugi bagi perumahan dan lahan penduduk terdampak juga mengalami kemacetan pada saat pendistribusian, sehingga pemerintahan saat itu menyanggupi untuk membantu meminjami pembiayaan ganti rugi bagi penduduk terdampak (Akbar, 2007:126).

Selanjutnya adalah Titiek Soeharto yang merupakan mantan istri Prabowo, yang juga merupakan putri kandung dari Presiden ke-2 Indonesia Soeharto dan Tin. pernikahannya dengan Prabowo harus berakhir ketika kerusuhan Mei 1998 terjadi di wilayah Jakarta. Prabowo dianggap mengkhianati Cendana dengan membiarkan masuk para demonstran ke halaman Gedung DPR (Pambudi, 2009:63).

Di sebelahnyaterdapat Ratna Sarumpaet yaitu seorang budayawan serta aktivis perempuan yang secara tidak langsung sebagai salah satu tokoh pendukung Prabowo. Keikutsertaan saudara kandungnya yang bernama Mutiara Sani sebagai salah satu anggota Partai Gerindra diduga menjadi motif dibalik dukungan yang diberikan Ratna Sarumpaet kepada pasangan Prabowo-Hatta pada Pilpres 2014. Selain itu terdapat kedekatan emosional antara Ratna Sarumpaet dan Prabowo mengingat ayahnya, Saladin Sarumpaet, dan ayah Prabowo, Prof. Dr. Soemitro Djohadikusumo, merupakan menteri-menteri dalam Kabinet Pemerintahan Revolusioner Republik Indonesia (PRRI).

Hatta Rajasa juga tidak lepas dari pemberitaan negatif. Sewaktu menjadi Menteri Koordinator Perekonomian, Hatta diduga mengatur Pertamina dan anak perusahaannya, Petral, dalam pengadaan impor minyak melalui broker. Akibatnya negara ditaksir rugi Rp 108 miliar per harinya. Hashim Djodjohadikusumo, salah seorang adik Prabowo, merupakan Ketua Dewan Pembina Kristen Indonesia Raya dan berperan penting dalam kegiatan politik Partai Gerindra. Beliau mengaku sebagai salah satu orang yang membiayai Jokowi pada Pilgub Jakarta 2008 dan membantu *memenangkannya*, walau hal tersebut dibantah oleh Jokowi. Dikutip dari laman berita www.kompas.com, Hashim mengaku sudah menghabiskan dana sekitar Rp. 52 miliar untuk *memenangkan* rival kakaknya tersebut.

Meme di atas tidak hanya mengandung unsur jenaka saja, melainkan pada *meme* tersebut terdapat pesan yang ingin disampaikan. Dengan mencatut foto orang-orang yang seringkali dikritisi publik dan meletakkannya dalam satu *meme* dengan Prabowo, maka dapat diartikan berusaha menurunkan elektabilitas Prabowo. Hal itu dilakukan dengan cara menempatkan Prabowo bersama orang-orang yang bermasalah dan menunjukkan kemiripannya dengan salah satu pemimpin terbengis di dunia, Adolf Hitler.

Selain itu juga dapat dilihat penggunaan atribut Hitler seperti pada seragam yang dikenakan oleh Prabowo. Kesamaan atribut dan pose yang ada di Gambar 3.1. menunjukkan adanya korelasi antara Hitler dan Prabowo baik secara fisik, ideologi maupun rekam jejak karir dan motif politik. Lydon, Jamieson dan Zanna (1988) menyatakan bahwa seseorang cenderung tertarik pada orang lain yang menunjukkan bahwa mereka serupa dalam bentuk demografi, penampilan fisik, gaya interpersonal, latar belakang sosial dan budaya, kepribadian, kepentingan dan preferensi kegiatan dan komunikasi dan keterampilan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi tersebut menunjukkan Prabowo dan Hitler memiliki kesamaan yang memunculkan ketertarikan diantara keduanya.

Penyamaan Prabowo dengan Hitler karena sama-sama melakukan tindak kejahatan manusia juga berimbas kepada penyamaan ideologi yang dianut oleh kedua tokoh tersebut yaitu penganut paham Fasisme. Hal ini benar apabila ditujukan kepada Hitler. Lain halnya dengan Prabowo yang mana merupakan “didikan” pemerintahan Orde Baru pada era Soeharto yang menganut pemerintahan Totaliter. Sehingga penyamaan Hitler dengan Prabowo merupakan hal yang tidak ada kaitannya. Membandingkan dan menyamakan kedua tokoh yang tidak ada kaitannya sama sekali, yang hanya berdasarkan kemiripan beberapa unsur ini sesuai dengan pengkategorian *meme* yang termasuk dalam extreme intertextuality yaitu isi dalam sebuah teks merupakan intertekstual dan dalam rantai signifikansi yang tidak pernah putus.

Selain dari aspek sosial, kedua capres juga dikritik secara budaya khususnya mengenai pengamalan agama yang dianut. Calon presiden Joko Widodo misalnya, dalam sebuah *meme* digambarkan sebagai sosok yang tak taat agama karena salah menggunakan baju ihram, padahal *meme* tersebut telah di edit.



Indonesia merupakan negara dengan jumlah penganut agama Islam tertinggi di dunia. Berdasarkan data milik Nadhlatul Ulama yang melakukan survei pada tahun 2010 menunjukkan bahwa persentase umat muslim di Indonesia mencapai 85.1 % dari total penduduk Indonesia. Dengan hasil survei tersebut, tidak mengherankan memang jika menjadi umat Islam yang taat merupakan salah satu cara untuk menggaet suara dalam pemilihan presiden. Di dalam kitab suci umat muslim, Al-Quran, pun terdapat ayat yang menyatakan melarang adanya pemimpin yang beragama selain Islam. Salah satunya disebutkan dalam surat Ali Imran ayat 58 yang diartikan sebagai berikut:

"Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi WALI (PEMIMPIN / PELINDUNG) dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali(mu)."

Jokowi sebagai calon presiden beragama Islam seharusnya diuntungkan dengan keberadaan ayat ini, namun ia justru dikritisi karena muncul fotonya yang salah menggunakan pakaian ihram. Di foto tersebut, terlihat Jokowi yang menggunakan kain ihrom dengan bagian

pundak yang terbuka adalah sisi kiri, sedangkan pada foto yang lain menunjukkan bagian pundak yang terbuka adalah sisi kanan. Alih-alih menyampirkan kain ihrom di pundak kiri dan membiarkan tangan kanan terbuka, foto tersebut malah memperlihatkan sebaliknya.

Walaupun pada akhirnya ditemukan fakta bahwa foto tersebut telah diedit, foto tersebut telah menimbulkan banyak pro-kontro mengenai kelayakan Jokowi sebagai presiden hanya permasalahan agama. Hal ini menunjukkan bahwa adanya usaha melalui media *meme* untuk mengubah persepsi masyarakat bahwa Jokowi sesungguhnya merupakan seorang pemimpin yang tidak paham agama. Stake (dalam Widoyoko, 2009:12) menyatakan bahwa kita membandingkan sesuatu dengan sesuatu lainnya seringkali dengan melakukan perbandingan relatif antara satu program dengan program lainnya, atau membandingkan perbandingan absolut itu dengan suatu program berstandar tertentu.

Tujuannya adalah membandingkan calon mana yang lebih mengerti agama. Namun perbandingan ini menjadi tidak masuk akal karena agama dijadikan parameter untuk mengukur tingkat kepahaman seseorang terhadap agama. Terlebih lagi, Indonesia bukan negara berbasis agama, sehingga pengukuran ini terasa janggal dan tidak merangkul seluruh etnis dan kelompok yang ada di Indonesia. Jumlah pemeluk agama Islam di Indonesia memuncak pada awal abad ke-20 dan berhasil melahirkan beragam organisasi Islam yang eksis hingga saat ini, sehingga sejak saat itu berangsur umat Islam bergerak ke arah pendidikan dan melibatkan diri dalam kerja pendidikan modern (Mul Khan dan Singh, 2011:9). Akibat hal tersebut memunculkan generasi baru muslim romantis yang cenderung konservatif dan radikal juga fundamentalis akibat modernisasi pendidikan Islam yang tidak diikuti dengan berkembangnya pemikiran kritis ijtihad (ibid, 2011:9). Akibatnya, kritik yang disampaikan pada Jokowi termasuk kritik yang bersifat hyperstereotypes. *Meme* yang mengandung hyperstereotypes menurut Brunello (2012:12) adalah *meme* dengan karakteristik klise yang di-atributkan pada kelompok sosial tertentu. Kritik jenis ini sadar akan “ketidak-patutan” bentuk-bentuk klise dan menggunakannya secara strategis dengan cara menekankan pada kekonyolannya.

Kekonyolan akan keberhasilan ataupun kualitas politik seseorang didasarkan pada kecerdasan agamanya ini yang menunjukkan bagaimana generasi muda Indonesia yang menggunakan media sosial Twitter hanya melihat pemimpin dari keislamannya saja. Syariat islam menjadi satu-satunya referensi hubungan sosial, ekonomi dan politik yang dipandang sah (Mul Khan dan Singh, 2011:98), walaupun sebenarnya Indonesia bukan negara penganut hukum Islam.

Selain aspek sosial dan budaya, aspek ekonomi juga menjadi bagian yang disorot dalam *meme* capres 2014. Kedua capres dikritisi karena memiliki visi kebijakan ekonomi yang berbeda untuk memajukan bangsa.



Pada gambar bagian atas terdapat foto Prabowo berpidato dengan mengepalkan tangannya ke atas. Pose ini sering kali digunakan orang-orang untuk memberikan semangat atau menegaskan pernyataannya. Pada foto tersebut juga terdapat tambahan tulisan kalimat dalam bahasa Inggris yang menyatakan bahwa dirinya—Prabowo dapat menyelamatkan Indonesia. Ini ditegaskan dengan penggunaan kata "I" dari bahasa Inggris yang berarti saya. Foto Prabowo yang sedang berorasi juga menunjukkan bahwa kelas elit politik yang Prabowo sandang berbeda dengan Jokowi yang memilih untuk terjun langsung ke masyarakat dan memposisikannya sejajar. Tulisan atau kalimat yang melengkapi kedua potongan foto tersebut berguna sebagai penegas karakter pemerintahan yang diusung oleh Prabowo maupun Jokowi.

Dari kedua tulisan tersebut juga, pembaca *meme* tersebut dapat mengasumsikan latar belakang keduanya. Menjelang pilpres dan selama masa kampanye, kubu Prabowo memfokuskan diri berkampanye pada sosok Prabowo itu sendiri yang digambarkan sebagai titisan Soekarno dan juga visi misinya. Prabowo mengusung visi membangun Indonesia yang bersatu, berdaulat, adil, makmur serta bermartabat, sedangkan visi misi yang diusung oleh Jokowi adalah terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong. Pada potongan foto Prabowo berlatar belakang bendera

Indonesia. Hal ini untuk mengesankan seolah-olah seorang Prabowo merupakan pemimpin berwibawa.

Penggunaan bendera negara sering kali dijumpai pada foto tokoh-tokoh dunia, seringkali dimaksudkan sebagai lambang patriotisme. Hal ini untuk mengesankan seolah-olah seorang Prabowo merupakan seorang yang nasionalis. Penggunaan bendera negara untuk kampanye sering kali digunakan oleh elit politik untuk menunjukkan sisi nasionalis dan ke-Indonesiaan yang diusungnya, seperti halnya iklan kampanye pasangan Susilo Bambang Yudhoyono dan Jusuf Kalla (Pandu, 2010). Pendekatan Prabowo ini berbeda dengan Jokowi. Jika Prabowo meminta rakyat untuk mempercayainya, Jokowi justru meminta rakyat bahu-membahu ikut membantunya. Pada bagian bawah, foto Jokowi dengan latar belakang sawah. Jokowi juga terlihat sedang berinteraksi dengan petani. Foto ini mengesankan bahwa Jokowi merupakan sosok yang dekat dengan rakyat dan down to earth. Di bagian gambar Jokowi juga terdapat tulisan yang berarti “Kita dapat melakukannya bersama-sama! Percayalah pada dirimu!”.

Pada kalimat ini menunjukkan bahwa Jokowi berusaha mengajak rakyat turut aktif berpartisipasi dalam politik maupun pembangunan. Hal ini secara keseluruhan memunculkan citra berbeda terhadap kedua calon presiden ini. Jokowi sebagai sosok baru dalam kancah politik Indonesia memunculkan tata cara yang menyegarkan karena menggugah partisipasi rakyat. Sedangkan Prabowo merupakan sosok lama yang mengakar dari Orde Baru, dimana pemegang kendali hanya ada di Presiden ke-2 Indonesia Soeharto. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa pendekatan yang dilakukan oleh Jokowi merupakan pendekatan langsung pada masyarakat menengah ke bawah.

Sedangkan Prabowo yang menyatakan diri bahwa ia dapat membuat perubahan, dengan meminta rakyat Indonesia untuk mempercayai dirinya. Permintaan dan tagline yang diusung Prabowo ini lebih abstrak dan memangsa kaum berpendidikan. Selain itu, *meme* ini juga akhirnya memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana ia akan menyelamatkan Indonesia, jika ia memang merupakan salah satu orang yang diduga sebagai dalang kerusuhan Mei 1998 (Tim Kick Andy, 2006: 82). Prabowo sendiri merupakan mantan menantu dari mantan Presiden Soeharto, hal ini juga memunculkan ketakutan akan munculnya kesamaan gaya kepemimpinan terhadap sang diktator. *Meme* ini menunjukkan adanya kesenjangan yang bertolak belakang antara pendekatan Prabowo dan Jokowi dalam berkampanye. Hal yang penulis kritisi pada *meme* tersebut adalah penggunaan bahasa Inggris, khususnya pada foto Prabowo yang menggunakan latar belakang bendera Indonesia—yang mana negara yang menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utamanya. Tentu saja hal ini bertolak

belakang. Ditambah, sosok Prabowo dilekatkan dengan sosok yang ke-Indonesiaan ketimbang Jokowi. Penggunaan bahasa Inggris pada foto Jokowi tampak lebih relevan karena tidak ada lambang negara yang ditampilkan. Meskipun tampak relevan, ada hal yang patut dikritis dari penggunaan bahasa Inggris pada *meme* tersebut. Sudah sepatutnya sang kreator atau pengunggah lebih mengutamakan penggunaan bahasa Indonesia daripada bahasa Inggris. Fenomena muncul di berbagai lapisan masyarakat, khususnya masyarakat kelas atas bahwasannya ada anggapan bahwa bahasa asing lebih bersifat maju dan memiliki gengsi sosial yang lebih tinggi (Setyawati, 2013: 271).

Indonesia merupakan negara berkembang, salah satu ciri negara berkembang yaitu masih didapatinya ketimpangan sosial dan ekonomi penduduk negaranya. Riset menunjukkan sebagian besar jumlah penduduk Indonesia dengan kelas sosial ekonomi menengah ke bawah cukup banyak. Menurut riset Badan Pusat Statistik pada tahun 2016, jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 28,01 juta jiwa atau 10,86% dari total populasi Indonesia. Dalam angka memang jumlah penduduk miskin berkurang, namun di perkotaan, jumlah penduduk miskin justru bertambah menjadi 17,67 jiwa. Salah satu pekerjaan di pedesaan yang seringkali dikaitkan dengan kemiskinan ialah petani. Pada *meme* tersebut, Jokowi terlihat sedang berinteraksi dengan tiga orang petani.

Ini menunjukkan bahwa Jokowi berusaha merangkul masyarakat dengan sosial ekonomoi menengah ke bawah. Sedangkan Prabowo dengan kemampuan retorikanya menyasar masyarakat berpendidikan yang notabene berasal dari kalangan ekonomi menengah ke atas. Apabila dilihat lebih jeli lagi, *meme* ini memuat humor satire terhadap kalimat yang berada pada bagian foto sisi Prabowo, khususnya apabila dibandingkan dengan Jokowi yang lebih realistis dan dimengerti dan dapat diaplikasikan di kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu *meme* ini termasuk dalam kategori humor.

Aspek terakhir yang seringkali menjadi bahasan kritik adalah aspek politik. Salah satu *meme* yang menarik adalah ketiga Megawati digambarkan berusaha menjatuhkan Prabowo dengan menjelek-jelekannya, seakan lupa bahwa ialah yang menggandeng Prabowo pada Pilpres 2009.



Meme di atas menunjukkan foto Megawati berpose dengan Prabowo sambil mengacungkan jari telunjuk. Pose tersebut merupakan pose dimana Mega dan Prabowo sedang berkampanye dalam Pemilihan Presiden 2009, dengan Prabowo menjadi wakil Mega. Mega dan Prabowo sendiri pada akhirnya kalah, dan pada Pilpres 2014 partai yang diusung Mega menyalonkan Jokowi sebagai calon presidennya. Mega pun tak segan melemparkan komentar-komentar kejam kepada Prabowo seakan lupa bahwa ia pernah meminta Prabowo untuk menjadi wakilnya 5 tahun sebelum ia melontarkan pernyataan kontroversial terbut. Peneliti memaknai sosok Mega dalam *meme* ini sebagai sosok yang hipokrit dan mau melakukan apapun demi jabatan. Dikutip dari laman www.kompas.com Eva Kusuma Sundari, anggota kader PDIP, menyatakan bahwa pemilihan Prabowo sebagai wakil Mega di tahun 2009 merupakan sebuah kesalahan, keterpaksaan dan dilakukan karena tidak memiliki pilihan lain. Sehingga peneliti dapat mengartikan itu sebagai keserakahan terhadap jabatan

Dalam *meme* tersebut, Mega juga mengkritik pengalaman Prabowo dengan mengatakan “Belum Pantas Jadi Presiden, Jadi Ketua RT Saja Belum Pernah”. Dalam hal ini Mega menyangsikan kemampuan Prabowo untuk memimpin sebuah negara karena Prabowo dianggap tidak punya pengalaman. Padahal, sebaliknya Prabowo justru memiliki rekam jejak 24 tahun sebagai tentara dan diangkat sebagai Komandan pada tahun 1995, jelas ia memiliki kemampuan memimpin yang setidaknya layak. *Meme* tersebut seolah menyangsikan komentar Megawati yang selalu menjatuhkan Prabowo, padahal Mega sendiri yang pernah berpasangan pada Prabowo pada tahun 2009, saat itu justru tidak pernah mengungkit dan malah menyembunyikan fakta-fakta buruk yang dimiliki oleh pasangan calonnya. Hal ini menunjukkan bahwa Megawati merupakan sosok oportunist yang haus kekuasaan.

Simpulan dari pemaknaan *meme* diatas ialah Prabowo yang digambarkan sebagai sosok pencari keadilan setelah kubu Mega menyalahkannya akibat kekalahan mereka di tahun 2009 juga terus menyerangnya selama Pilpres 2017. Dikutip dari laman www.kompas.com kubu Mega menyatakan bahwa kekalahan keduanya di tahun 2009 merupakan kesalahan Prabowo karena tidak menggelontorkan cukup dana, dan hal tersebut lantas dibantah oleh kubu Gerindra, yang menyatakan bahwa penyebab kekalahan mereka murni dari tingginya elektabilitas dan popularitas Susilo Bambang Yudhoyono dan Partai Demokrat pada saat itu. *Meme* ini juga menunjukkan bahwa dalam menjadi pemimpin negara, penagalaman merupakan salah satu hal yang dikritisi. Pengalaman dalam bekerja dianggap penting karena pengalaman diyakini dapat memberikan dampak pada setiap keputusan yang diambilnya, sehingga diharapkan semua keputusan yang diambil adalah keputusan yang tepat (Sari, 2011:8).

Secara tidak langsung pula, pengalaman kerja mengindikasikan bahwa semakin lama masa kerja, semakin baik pula kualitas yang dihasilkan (ibid, 2011:4). Jika ditarik pada kasus Mega dan Prabowo, maka hal ini akan menunjukkan bahwa Mega meragukan kemampuan Prabowo yang belum makan asam-garam di dunia politik dibandingkan dirinya. Ia gelisah karena yakin bahwa Prabowo tidak memiliki kompetensi karena kurangnya pengalaman sehingga memungkinkan untuk mengambil keputusan yang tidak tepat di masa mendatang. *Meme* ini merupakan bentuk satire terhadap Megawati khususnya. Pada *meme* di atas menggambarkan Megawati pada kampanye Pilpres 2009 dengan Prabowo sebagai cawapresnya. *Meme* di atas mengkritisi tindakan yang pernah dilakukan Megawati pada Pilpres 2009 dan 2014. Ketika Pilpres 2009 Megawati mengajak Prabowo sebagai pasangan capres dan cawapres, sedangkan pada Pilpres 2014 Megawati maju kembali di Pilpres 2014 dengan mencalonkan kader dari partainya yaitu Jokowi untuk melawan Prabowo. *Meme* di atas merupakan bentuk satire terhadap tindakan yang telah dilakukan Megawati atas Prabowo. Sehingga *meme* di atas termasuk dalam bentuk humor.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, ditemukan bahwa kritik terhadap aspek politik yang ditujukan kepada kedua pasangan capres dan cawapres seringkali menyerang sejarah atau rekam jejak kebijakan politik kedua capres dan cawapres. Secara sosial, kritik yang disampaikan kepada kedua pasang capres dan cawapres berupa teguran bagaimana keduanya mengafiliasikan diri dengan presiden terdahulu, Soekarno. Kritik juga membahas mengenai cara kedua pasang capres dan cawapres melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Secara budaya, kedua pasang capres dan cawapres dikritik mengenai kedekatan keduanya terhadap Tuhan. *Meme* yang digunakan untuk menyerang kedua capres tersebut juga berusaha menunjukkan bahwa kedua capres kurang religius. Hal ini menunjukkan bahwa netizen masih memiliki preferensi terhadap pemimpin beragama tertentu.

Secara ekonomi, kedua capres dikritik mengenai pernyataan keduanya terhadap cara membangun ekonomi di Indonesia. Hal ini dikritik karena kedua capres memiliki pandangan berbeda dalam merancang pembangunan, dimana Jokowi meminta melibatkan seluruh rakyat untuk pembangunan dan Prabowo meminta seluruh rakyat percaya bahwa ia dapat melakukan pembangunan.

Berdasarkan hasil analisis juga ditemukan bahwa *meme* yang mengartikulasikan kritik terhadap kedua pasangan capres dan cawapres seringkali merupakan *meme* dengan jenis *hyperstereotypes*, humor dan *extreme intertextuality*. Dimana *meme* *hyperstereotypes*

mengandung meme yang mengandung atribut yang klise yang dilekatkan pada kelompok sosial tertentu, meme humor memparodikan, menirukan dan mengejek kegiatan yang terbentuk di masyarakat dan meme extreme intertextuality yang menghubungkan sindiran dalam meme dengan teks-teks lain yang telah terjadi di masa lampau dan tidak bisa berdiri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Ali Azhar. 2007. *Konspirasi di Balik Lumpur Lapindo*. Galangpress, Yogyakarta.
- Brunello, Juliana. 2012. *Internet-Memes and Everyday-Creativity: Agency, Sociability and The Aesthetics of Postmodernism*. Erasmus University Rotterdam, Rotterdam.
- Dahlberg, Lincoln. 2005. *The Habermasian Public Sphere: Taking Difference Seriously?* Springer Vol. 34, No. 2 (Apr., 2005), pp. 111-136
- John E. Lydon, David W. Jamieson, and Mark P. Zanna (1988). *Interpersonal Similarity and the Social and Intellectual Dimensions of First Impressions*. Social Cognition: Vol. 6, No. 4, pp. 269-286
- Juza, Marta. 2013. *Internet Memes – Creation, Distribution, Social Meaning*. Studia Medioznawcze: Media Studies Nomor 4 (55) 2013 hal. 49.
- Mulkhan, Abdul Munir. Singh, Bilveer. 2011. *Demokrasi di Bawah Bayangan Mimpi N-11*. PT Kompas Media Nusantara, Jakarta.
- Pambudi, A. 2009. *Supersemar Palsu*. Yogyakarta, Media Pressindo.
- Pandu, Ari. 2010. *Pencitraan Pemimpin Bangsa dalam Iklan Kampanye Pasangan Presiden dan Wakil Presiden 2009*. Serang, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Pusanti, Rosa Radia. 2015. *REPRESENTASI KRITIK DALAM MEME POLITIK (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial "Path" sebagai Media Kritik di Era Siber)*. Solo, Universitas Sebelas Maret.
- Rastati, Ranny. 2008. *Penggunaan Warna Maskulin dan Feminin pada Hadiah Ulang Tahun anak-anak Jepang*. Jakarta, Universitas Indonesia.
- Sari, Nungky Nurmalita. *Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Objektivitas, Integritas, Kompetensi dan Etika Terhadap Kualitas Audit*. Solo, Universitas Diponegoro.
- Setyawati, Rukn. 2013. *Bahasa Indonesia Sebagai Jati Diri Bangsa..* Semarang: Balai Bahasa Provinsi Jawa Tengah.
- Tim Kick Andy. 2006. *Habibie, Wiranto dan Prabowo Bersaksi*. Jakarta, Mediakita.
- Turmudi, Endang. Sihbudi, Riza. 2005. *Islam dan Radikalisme di Indonesia*. LIPI Press.
- Wadipalapa, Rendy P. 2016. *Politik Media Baru & Perebutan Informasi Publik: Studi atas Kontestasi Politik dalam Media Baru*. Surabaya, Prosiding Seminar Nasional FISIP U 2016.
- Widoyoko, Eko Putro. 2009. *Evaluasi Program Pembelajaran*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Yuliani, Sri. 2012. *Politik dan Selera Humor Orang Indonesia*. Solo, Universitas Sebelas Maret.