

MOTIF DAN KEBEBASAN BEREKSPRESI DALAM MEME MOTIVES AND FREEDOM OF EXPRESSION IN MEME

Ahmad Kamal Abdul Jabbar

UIN Sunan Ampel Surabaya

Email : *akmalaljabeer@gmail.com*

ABSTRACT

Today, the meme is becoming a trend in the digital community. Often considered a mere medium of humor, memes can in fact make something simple suddenly become famous. This shows how massive the number of users of memes is. So what is the motive for that passion and how do they express their love for memes. The results of the research state that there are 3 major motives for meme users. All three are distraction motives, personal identity motives, and self-existence motives. The way they express themselves in memes is divided into 3, namely active expressions where users actively make memes and spread them. Second is a semi-active expression where users only enjoy existing memes and share them again. Third is passive expression where users only consume pure memes only for themselves without the action of re-creating or just sharing.

Keywords: *meme, internet meme, motive, social media*

ABSTRAK

Saat ini meme tengah menjadi tren ditengah masyarakat digital. Kerap dianggap sebagai media humor belaka, meme nyatanya bisa membuat sesuatu yang sederhana mendadak menjadi terkenal. Hal ini menunjukkan betapa masifnya jumlah pengguna dan penikmat meme. Lantas apa yang menjadi motif kegemaran itu dan bagaimana saja cara mereka mengekspresikan kecintaannya pada meme. Hasil riset menyatakan ada 3 motif besar mengapa para pengguna meme begitu menyukainya. Ketiganya adalah motif pengalihan, motif identitas personal, dan motif eksistensi diri. Cara mereka mengekspresikan diri dalam ber-meme terbagi atas 3, yakni ekspresi aktif dimana pengguna secara aktif membuat meme dan menyebarkannya. Kedua adalah ekspresi semi-aktif dimana para pengguna hanya menikmati meme yang sudah ada dan membagikannya ulang. Ketiga ialah ekspresi pasif dimana pengguna hanya mengonsumsi meme murni hanya untuk diri mereka sendiri tanpa aksi mengkreasi ulang atau hanya sekedar berbagi.

Kata-kata Kunci: *meme, internet meme, motif, media sosial*

PENDAHULUAN

Saat ini internet telah menjelma menjadi jaringan komputer paling luas di dunia dan para pengguna pun menjadikannya sebagai sarana pergerakan gagasan (Danesi, 2010). Persebaran gagasan dalam internet

pun tidak melulu dilakukan dengan cara yang serius, salah satu cara lain dalam mengungkapkan gagasan yakni melalui meme yang jenaka dan kadang juga satir. Banyak sekali dijumpai akun-akun hiburan meme yang terdapat di berbagai jenis media

sosial mulai dari Facebook, Twitter, hingga Instagram. Riwayat perjalanan meme bagi penikmatnya di Indonesia telah banyak memunculkan ide-ide, atau ungkapan lucu dan berkesan terlepas dari latar belakang munculnya. Mulai dari terkenalnya meme USB (Universal Serial Bus) Abraham Lunggana, salah satu anggota DPR pada tahun 2015, hingga ungkapan 'disitu kadang saya sedih' oleh Polisi Wanita Bripta Dewi Sri mulyani. Awal mula semua hal ini adalah sebab tersebarnya meme yang entah dibuat oleh siapa dan entah mengapa disukai dan disebarkan oleh banyak orang. Adanya fenomena ini memunculkan pertanyaan yang sekaligus menjadi rumusan masalah dalam riset ini, mengapa banyak orang menyukai dan menikmati meme. Selain itu, bagaimana cara para penikmat mengekspresikan diri mereka melalui meme tersebut.

Motif adalah dorongan atau suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar seseorang tersebut tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu (Purwanto, 2004:71). Menurut Hamalik (1992:173) perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya efektif dan reaksi untuk mencapai tujuan. Motivasi merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya (Uno, 2008:3).

Berdasarkan sumbernya, motivasi ada 2 jenis, ekstrinsik dan intrinsik. Prayitno (1989:10-13) mengatakan bahwa motivasi instrinsik adalah keinginan bertindak yang disebabkan faktor pendorong

dari dalam diri (internal) individu. Sedangkan motivasi yang keberadaannya karena pengaruh rangsangan dari luar. Menurut E. Mulyasa, motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang berasal dari lingkungan di luar diri seseorang. Faktor lingkungan dapat pula berperan sebagai bagian yang mempengaruhi motivasi seseorang.

Meme, kata ini pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins dalam *The Selfish Gene*, ia mengatakan:

We need a name for the new replicator, a noun that conveys the idea of a unit of imitation. 'Mimeme' comes from a suitable Greek root, but i want a monosyllable that sounds a bit like 'gene'. I hope my classicist friends will forgive me if i abbreviate mimeme to meme. (Dawkins, 1976:192)

Ide diatas menjelaskan bagaimana Dawkins menggunakan kata meme, yang mulanya berasal dari bahasa Yunani "mimeme", sebagai sebutan bagi satuan terkecil dari sebuah budaya yang mirip seperti gen. Unit ini mampu berkembang-biak, layaknya gen yang berkembang dengan memperbanyak diri dari satu tubuh ke tubuh lainnya melalui sperma atau telur, meme berkembang-biak dari satu pikiran kepada pikiran yang lain melalui proses imitasi. Beberapa contoh dari meme menurut Dawkins ialah ide, lagu, gaya berpakaian, atau cara untuk melakukan sesuatu. N. K. Humphrey bahkan menuliskan bahwa seharusnya meme dianggap sebagai struktur yang hidup, tidak hanya secara metafora, namun juga secara teknis.

Saintis lainnya, Dan Sperber (dalam Diaz, 2013), lebih memahami meme sebagai replikator kebudayaan

(cultural replicator), dan mengistilahkannya kedalam kata representation. Ia menjelaskan bahwa replikator ialah simbol dan asosiasi didalam pikiran manusia. Lebih jauh mengenai itu, Sperber menjelaskan bahwa ada dua jenis utama representation, yakni mental representation yang pengaruhnya bersifat internal dan tidak kasat mata, seperti keyakinan dan agama. Kemudian ada public representation yang pengaruhnya bersifat eksternal (kasat mata), seperti lukisan atau gaya berpakaian. Sperber menambahkan dengan adanya cultural representation sebagai percampuran dari dua jenis sebelumnya.

Pemahaman terhadap meme (atau representation) antara Sperber dan Dawkins sebenarnya sama. Namun pada satu sisi, Sperber membawa representation kepada level baru yang lebih tinggi. Jika Dawkins menganggap meme lebih kepada 'virus' yang menyebar didalam satu populasi pada satu masa generasi (seperti epidemi), maka Sperber berpandangan bahwa representation (sebutan Sperber terhadap meme) punya dua cara untuk berkembang-biak. Cara yang pertama yakni berkembang secara vertikal, menular dari satu generasi ke generasi selanjutnya, seperti yang gen lakukan. Cara kedua yakni berkembang secara horizontal, menular dari satu pikiran kepada pikiran yang lain pada satu masa generasi, seperti yang dilakukan oleh virus.

Perkembangan teknologi komunikasi internet menggeser cara dan kebiasaan masyarakat dalam berinteraksi. Yang mulanya lebih suka berkumpul dan bercengkerama didunia nyata, kini menjadi lebih

gemar berkumpul didalam komunitas didunia maya, sehingga proses komunikasi pun tidak berjalan sama lagi ketika internet belum berkembang. Bagi meme, komunikasi merupakan jalan untuk mengembang-biakan dirinya menuju pikiran yang lain. Kondisi yang seperti ini akhirnya memberikan jalan bagi meme untuk berkembang kepada level yang lebih modern, bergeser dari cara komunikasi konvensional menuju cara yang lebih maju dengan memperbarui dirinya menjadi Internet Meme.

Internet Meme, menurut Knobel & Lankshear seperti dikutip oleh Buchel (2012), adalah istilah terkenal untuk menyebut ide tertentu yang dengan cepat terkenal dan menyebar, biasa diwujudkan dalam bentuk teks, gambar, pergeseran gaya bahasa, atau beberapa unsur kebudayaan yang lain. Sedangkan menurut Bauckhage (2011), internet meme adalah fenomena penyebarannya sebuah konsep atau konten secara cepat didalam internet, bisa karena kebaikan atau keburukannya.

Pengertian yang disajikan diatas sedikit dapat memberikan gambaran tentang apa itu internet meme. Pertama, ia berkembang-biak didalam media elektronik berbasis Internet. Dapat melalui E-mail, media sosial, blog, atau yang lainnya. Kedua, ia dapat berupa video, gambar, teks, dan rekaman suara. Namun selain itu, ia juga bisa melampaui batas-batas sosial dan kebudayaan, keberhasilan persebarannya selalu tidak terduga dan diluar perkiraan, dan salah satu bentuk yang menjadi wujud persebarannya adalah berupa humor atau lelucon.

Penelitian ini menggunakan Teori ERG sebagai pisau analisis data penelitian. Teori ERG merupakan

salah satu teori kebutuhan yang dikembangkan oleh Clayton Alderfer sebagai revisi atas teori sebelumnya, yakni Hirarki Kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Istilah ERG merupakan singkatan dari Existence-Relatedness-Growth, atau jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia artinya eksistensi-hubungan-pertumbuhan.

Pada dasarnya, teori psikolog Amerika kelahiran tahun 1940 ini memiliki kesamaan kategori kebutuhan dengan Maslow, namun Alderfer membuatnya lebih sederhana dengan beberapa revisi. Teori ERG menyusutkan 5 kebutuhan manusia menjadi tiga. Kebutuhan antara satu orang dengan yang lainnya berbeda, demikian pula dengan prioritasnya. Satu orang dapat memiliki skala prioritas yang sepenuhnya berbeda dengan orang yang lain (Daft, 2003, 96). Lebih lanjut Alderfer menjelaskan tiga kebutuhan manusia tersebut ialah:

1. Kebutuhan Eksistensi/Keberadaan (*Existence Needs*). Kebutuhan eksistensi merupakan kebutuhan yang mencakup semua bentuk kebutuhan fisik dan keamanan, dengan kata lain ialah kebutuhan akan tetap hidup. Kebutuhan ini identik dengan level 1 (fisiologis) dan 2 (rasa aman) hirarki milik Maslow
2. Kebutuhan Hubungan (*Relatedness Needs*). Adalah kebutuhan yang mencakup semua kebutuhan yang melibatkan hubungan sosial dan hubungan antar pribadi. Kebutuhan ini sesuai dengan kebutuhan afiliasi dari Maslow.
3. Kebutuhan Tumbuh (*Growth Needs*). Kebutuhan ini mencakup kebutuhan yang mendorong

seseorang untuk memiliki pengaruh yang kreatif dan produktif terhadap diri sendiri atau lingkungan. Realisasi dari kebutuhan penghargaan dan perwujudan diri dari Maslow.

Alderfer berpendapat bahwa pemenuhan atas ketiga kebutuhan tersebut dapat dilakukan secara simultan, artinya bahwa hubungan kebutuhan dari teori ini tidak bersifat hirarki. Menurut Alderfer dan Streamer, Alderfer merevisi teori Maslow dengan cara:

1. Dia membuktikan bahwa tiga kategori kebutuhan membentuk hirarki hanya dalam pengertian yang meningkatkan keabstrakan atau mengurangi kekonkretan. Setelah bergerak dari kebutuhan eksistensi ke kebutuhan hubungan lalu ke kebutuhan pertumbuhan, cara untuk memenuhi kebutuhan menjadi berkurang dan menjadi kurang konkret.
2. Alderfer menyadari bahwa sementara memenuhi kebutuhan eksistensi dan hubungan, kebutuhan tersebut dapat dibuat kurang berarti, tidak seperti pada kebutuhan pertumbuhan. Malah sebaliknya, kebutuhan pertumbuhan menjadi lebih penting setelah dipenuhi. Setelah seseorang mampu untuk kreatif dan produktif, ia akan meningkatkan pertumbuhan dan sekali lagi, dia akan menjadi tidak puas.
3. Alderfer menerangkan bahwa kita mungkin pertama memusatkan pada kebutuhan-kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan cara konkret dan kemudian mengurusnya dengan lebih banyak cara untuk menuju

kepuasan. Bagaimanapun, Alderfer menambahkan gagasan tentang kekecewaan (*frustration*). Kekecewaan terjadi ketika seseorang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan pada tingkat tertentu secara hakiki yang menyebabkan ia “mundur” dan memusatkan pada kebutuhan yang lebih konkret. Apabila seseorang itu tidak bisa memenuhi kebutuhan hubungan, maka dia akan memusatkan pada kebutuhan eksistensi.

Lebih lanjut, Alderfer juga mengemukakan bahwa jika kebutuhan di tingkat yang lebih tinggi buruk maka seorang individu mungkin kembali untuk meningkatkan kepuasan dari kebutuhan tingkat rendah. Ini disebut frustrasi-regresi dari aspek teori ERG. Adapun asumsi dasar dari teori ini ialah:

1. Semakin berkurang masing-masing tingkat kebutuhan dipuaskan, semakin besar keinginan untuk memuaskannya.
2. Semakin dipuaskannya tingkat kebutuhan yang lebih rendah, semakin besar keinginan untuk memenuhi tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Semakin kurang tingkat kebutuhan yang lebih tinggi dipuaskan, semakin rendah tingkat kebutuhan yang diinginkan..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis riset kualitatif dengan pendekatan deskriptif kritis. Metode ini meliputi penelitian untuk memahami masalah sosial berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik yang dibentuk

dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah (Silalahi, 2010).

Penelitian yang mengusung tema tren meme ini melibatkan subyek penelitian yaitu administrator sekaligus pengikut dari fanspage *Meme Comic Indonesia* (MCI). Para pengikut turut dipilih karena dianggap mempunyai peran terhadap kreasi meme. Pada fanspage ini, selain mengunggah meme yang diciptakan para administrator, digunakan sistem repost juga, yaitu mengunggah meme buatan para pengikut kedalam timeline, sehingga dapat dikatakan salah satu kreator meme dalam halaman MCI ini ialah para fans/pengikut itu sendiri. Selain itu, hal ini juga sebagai bentuk penerapan apa yang dikatakan oleh Moleong dalam bukunya *Metode Penelitian Kualitatif* bahwa dalam riset kualitatif sangat erat kaitannya dengan faktor kontekstual. Jadi maksud sampling ini ialah tidak untuk menjangkau informasi sebanyak mungkin, melainkan untuk merinci kekhususan yang ada didalam konstruksi bangunan subyek (Moleong, 2005).

Peneliti membagi petak-petak informan kedalam 2 kategori utama, yang pertama ialah kategori orang yang turut membuat meme. Tujuannya, untuk mendapatkan data tentang motif dan cara berekspresi dari sudut pandang pembuat meme. Kemudian, kategori 2 informan ialah mereka yang tidak banyak turut membuat meme, dan hanya mengonsumsinya saja. Hal ini bertujuan untuk menggali data dari perspektif mereka tentang motif mereka dalam menggunakan meme.

Sedangkan obyek didalam penelitian ini berada dalam wilayah kajian komunikasi massa, dimana

peneliti berusaha menggali motif dan cara berekspresi para anggota dari komunitas Meme Comic Indonesia. Selanjutnya, mengenai lokasi penelitian, karena yang diteliti ialah sebuah komunitas virtual, maka alamat lokasi penelitian ini berupa alamat virtual MCI dalam facebook, alamat tersebut dapat dilacak melalui kolom pencarian dengan mengetikkan "Meme Comic Indonesia", atau dengan mengetikkan alamat secara lengkap Meme Comic Indonesia (<http://www.facebook.com/MemeComicIndonesia>) kedalam addressbar browser. Sedangkan untuk menjangkau para informan, peneliti menggunakan sarana E-mail dan media percakapan lainnya untuk dapat melakukan korespondensi. Hal tersebut dinilai efektif mengingat anggota komunitas tersebar diberbagai daerah, serta lebih fleksibel karena dapat dilakukan tanpa mengganggu kesibukan para informan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui 2 cara, yakni wawancara dan dokumentasi. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara tidak hanya digunakan oleh peneliti sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2013).

Dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan penyidik.

Dokumen digunakan dalam penelitian sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan meramalkan (Moleong, 2005:216). Tetapi perlu dicermati bahwa tidak semua dokumen memiliki kredibilitas tinggi. Sebagai contoh banyak foto yang tidak merepresentasikan kondisi aslinya karena dibuat karena kepentingan tertentu. Demikian pula jenis dokumen lain yang ditulis secara subyektif atau untuk dirinya sendiri (Sugiyono, 2013:240).

Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas analisis data dalam penelitian dapat dilakukan kepada tiga langkah berikut ini (Sugiyono, 2013:246):

1. Reduksi Data (Data Reduction), yaitu proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data, dicari tema dan polanya. Dengan begitu data akan menjadi lebih jelas dan lebih mudah untuk disajikan.
2. Penyajian Data (Data Display), adalah langkah selanjutnya setelah data direduksi. Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data ini, data tersusun kedalam pola yang berhubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.
3. *Conclusion Drawing/Verification*, yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan bukti/data lain yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, uji keabsahan data akan dievaluasi menggunakan uji kredibilitas. Dimana didalamnya terkandung triangulasi, diskusi, dan menggunakan bahan referensi.

Triangulasi disini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, kondisi, dan waktu. Sedangkan diskusi dilakukan dengan rekan sesama peneliti yang melakukan riset dibidang yang sama. Sehingga peneliti bersama rekan dapat me-review persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan.

Adapun yang dimaksud dengan bahan referensi disini ialah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Bentuknya dapat beragam, rekaman wawancara, foto kejadian, atau data interaksi lainnya yang diperoleh melalui riset lapangan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif

Melalui data dari para informan dapat diketahui bahwasannya didalam prakteknya, terdapat dua jenis ekspresi didalam Meme Comic Indonesia. Pertama yakni yang dilakukan oleh mereka yang membuat, dan yang kedua adalah mereka yang menggunakan/mengonsumsinya. Kedua jenis ekspresi tersebut diketahui memiliki banyak jenis motif yang menjadi dasar timbulnya: (1) Adanya rasa butuh sarana hiburan; (2) hasrat untuk menyalurkan kreatifitas; (3) rasa ingin berbagi pengalaman/perasaan; (4) keinginan untuk berbuat jail; (5) motif ingin

menyampaikan pesan dengan jalan yang berbed; (6) Keinginan untuk mengkonfirmasi kesama-rasaan.

Masing-masing dari motif yang berhasil dihimpun itu merupakan jumlah kolektif dari dua jenis ekspresi.

Setelah melalui proses analisis terhadap paparan data, peneliti melakukan kategorisasi jawaban-jawaban yang telah dihimpun kedalam beberapa kategori. Klasifikasi tersebut menghasilkan temuan penelitian bahwa ada 3 motif mengapa seorang individu menggunakan meme dalam mengekspresikan dirinya, ketiganya yakni (1) Pengalihan, (2) Identitas personal, (3) aktualisasi diri. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan coba jelaskan satu-persatu kedalam poin-poin berikut ini.

Pengalihan

Sebagai salah satu jenis media, meme memiliki fungsi hiburan, disamping itu ia juga bisa digunakan sebagai media penyampai informasi dengan segala ciri khasnya yang ringan dan tidak jarang dikemas dengan gambar ilustrasi atau teks yang jenaka. Ketika seseorang berada pada titik jenuh tertentu, ia akan cenderung mencari pengalihan. Pengalihan yang dimaksud disini bisa dimaknai sebagai tindakan menghindar sejenak dari suatu kegiatan atau tindakan mengisi waktu luang di sela-sela kepenatan. Para informan memberikan respon yang mengarah pada fakta bahwa gaya meme yang tidak terlalu padat informasi sangat tepat untuk digunakan sebagai sarana melepas lelah atau mengistirahatkan pikiran sejenak.

Identitas Personal

Motif identitas personal adalah motif dimana seseorang menggunakan meme sebagai cara untuk menunjukkan, atau memperkuat nilai-nilainya sebagai seorang individu. Masyarakat modern memiliki kecenderungan untuk menutup diri dan lebih sukan berada di sebuah komunitas tertentu daripada membuka diri dan bergaul secara bebas dengan lingkungan sekitarnya. Dengan adanya dunia maya yang menawarkan kelebihan dimana anda bisa menjadi siapapun dan melakukan apapun tentunya punya nilai tawar tersendiri bagi seorang individu.

Terlebih lagi dengan adanya meme sebagai media baru yang tengah populer di masyarakat memiliki daya tarik tersendiri dan inilah yang kemudian diadopsi menjadi salah satu cara untuk menunjukkan identitas diri sebagai 'anak meme'. Hal ini sekaligus mengindikasikan bahwa menjadi bagian dari arus utama merupakan tren yang ada di tengah masyarakat saat ini.

Eksistensi Diri

Eksistensi diri menjadi salah satu motif yang timbul dalam penggunaan meme. Salah satu kebutuhan dasar seorang manusia ialah penghargaan. Sehingga bagi mereka yang gagal mendapatnya di dunia nyata, bisa mencobanya kembali di dunia maya. Salah satu caranya adalah dengan membagikan kesukaan atau hal yang dianggapnya akan menarik banyak perhatian. Saat ini, popularitas meme yang tinggi serta statusnya yang masih baru dikenal publik akan membuat membuat banyak orang untuk

berekspresi kedalamnya dengan harapan hal tersebut akan semakin memperkuat eksistensi dirinya dalam komunitas. Jika masing-masing anggota komunitas memiliki persepsi yang sama, maka iklim komunitas yang aktif dan saling menghargai eksistensi member satu dan yang lain.

Cara Berekspresi Melalui Meme

Layaknya bagaimana sebuah barang dibuat didalam sebuah perusahaan, meliputi proses produksi, dilanjutkan dengan distribusi, dan kemudian konsumsi yang dilakukan para konsumen. Meme pun demikian, berawal dari adanya proses pembuatan, kemudian meme mulai disebar dan dilihat oleh banyak orang lain, dan kemudian mereka mengonsumsinya. Bahkan tidak jarang dari para konsumen meme yang melakukan distribusi ulang atas apa yang telah mereka lihat atau konsumsi sebelumnya.

Ekspresi Aktif

Bentuk ekspresi aktif ditujukan untuk seseorang yang melakukan tindakan membuat meme dan kemudian menyebarkannya kedalam salah satu atau berbagai jenis media yang ada. Karakter dari orang-orang yang melakukan ekspresi jenis ini biasa diindikasikan sebagai orang yang aktif, ekspresif, peka dengan perubahan teknologi ataupun lingkungan sosialnya, inovatif, dan selalu *up to date*.

Ekspresi Semi-Aktif

Ekspresi jenis ini ditujukan bagi mereka yang tidak terlibat dalam proses pembuatan meme, namun mengonsumsi dan turut melakukan distribusi ulang (membagikan ulang) kedalam berbagai media. Adapun bentuk dari distribusi ulang tersebut

dilakukan dalam berbagai cara, salah satunya ialah dengan sharing meme melalui akun-akun sosial media mereka. Adapun karakter dari mereka yang termasuk jenis ini biasanya ialah orang yang aktif, melek teknologi, up to date, namun tidak se-aktif dan ekspresif jenis pertama diatas dalam hal kreasi meme.

Ekspresi Pasif

Aktivitas ekspresi konsumsi murni ini tergolong yang paling stagnan bila dibandingkan dengan dua jenis ekspresi lainnya diatas. Adapun bentuk ekspresinya hanya sebatas penikmat atau pengunjung yang hanya melihat-lihat meme tanpa ada tindakan selanjutnya. Biasanya, tipe-tipe orang yang melakukan demikian itu ialah mereka yang sudah memiliki kesibukan sendiri dan membutuhkan meme dalam batasan hiburan semata, atau sebagai media pelarian diri dari kesibukannya.

Konfirmasi Teori ERG

Teori ERG meupakan singkatan dari dari 3 kebutuhan yang berpotensi mempengaruhi motif tindakan seseorang. Adapun tiga kebutuhan itu ialah kebutuhan akan eksistensi yang meliputi kebutuhan fisiologis seseorang dan hal lain yang berhubungan dengan keberlangsungan hidup seseorang; kebutuhan kedua ialah kebutuhan akan berafiliasi meliputi hubungan seseorang dengan yang lain atau dengan lingkungan sosialnya; sedangkan yang ketiga yakni kebutuhan tumbuh yang meliputi hasrat seseorang untuk memiliki pengaruh atau kekuasaan, serta kreatifitas, dengan kata lain kebutuhan aktualisasi diri seseorang.

Alderfer memberikan asumsi bahwa ketiga asumsi tersebut tidak

bersifat hirarkis atau simultan. Sebelumnya juga telah diungkap bahwa asumsi teori ini atas tiga kebutuhan diatas dapat dituliskan seperti ini, (1) Semakin berkurang masing-masing tingkat kebutuhan dipuaskan, semakin besar keinginan untuk memuaskannya; (2) Semakin dipuaskannya tingkat kebutuhan yang lebih rendah, semakin besar keinginan untuk memenuhi tingkat kebutuhan yang lebih tinggi; (3) Semakin kurang tingkat kebutuhan yang lebih tinggi dipuaskan, semakin rendah tingkat kebutuhan yang diinginkan.

Pertama, peneliti menggunakan asumsi 3 kebutuhan sebagai pisau analisis terhadap hasil penelitian pada sub-bab sebelumnya. Dikatakan bahwa motif satu anggota komunitas fanpage Meme Comic Indonesia dalam mengonsumsi meme ialah karena motif pengalihan, peneliti melihat adanya indikasi motif ini tergolong kepada jenis motif yang timbul akibat kebutuhan fisiologis. Hal ini mengacu kepada adanya motif pengalihan adalah kategori yang timbul dari jawaban-jawaban informan yang menggunakan meme karena melarikan diri dari padatnnya jadwal, stress pekerjaan, atau tugas sekolah.

Adapun yang menjadi salah satu syarat keberlangsungan hidup ialah terbebas dari stres, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa motif pengalihan dalam konteks teori ERG ialah timbul akibat tindak pemenuhan akan kebutuhan fisiologis atau eksistensi (existence). Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan meme karena melarikan diri dari stres, tekanan, atau kehidupan sehari-hari, dan berbagai jenis alasan pengalihan lainnya, adalah timbul karena adanya dorongan dari faktor kebutuhan

eksistensi atau fisiologis yang kurang dinilai terpenuhi. Ini sekaligus merupakan bentuk aplikasi terhadap asumsi pertama dari teori ERG, dimana karena adanya pelemahan tingkat pemuasan kebutuhan pada suatu peringkat, maka timbullah tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Kedua, motif identitas personal yang timbul dihimpun dari jawaban-jawaban yang mengatakan bahwa mereka menggunakan meme sebagai ruang berekspresi karena adanya dorongan untuk berbagi pengalaman, cerita lucu, atau menceritakan ketertarikan akan sebuah fenomena. Melalui hal tersebut dapat dikatakan bahwa mereka mengonsumsi meme karena adanya motivasi untuk membangun relasi antar sesama teman, ataupun bermaksud mengundang dengan seakan mengatakan, "hey, ini hal yang bagus, ayo gabung". Dengan demikian identitas personal mereka akan menjadi lebih kuat sebagai konsumen tren meme. Dalam konteks teori ERG, dikenal kebutuhan *relatedness*, atau kebutuhan hubungan yang mencakup hubungan interpersonal dan sosial seseorang, hal tersebut sangat sesuai dan pas sekali bila dikaitkan dengan motif yang timbul ini.

Dapat dikatakan dengan istilah lain, motif yang timbul dalam penggunaan meme oleh orang-orang seperti ini timbul bukan akibat dari adanya motivasi fisiologis atau eksistensi semata, melainkan karena adanya dorongan dari kebutuhan untuk berhubungan atau membangun relasi interpersonal dengan orang lain. Kondisi ini satu tingkat diatas kondisi pertama yang diulas sebelumnya. Artinya, orang-orang yang terlibat merasa sudah cukup terpenuhi kebutuhan fisiologisnya

(eksistensinya), sehingga dorongan yang muncul timbul dari kebutuhan yang lebih tinggi posisinya.

Ketiga, motif aktualisasi diri para konsumen meme timbul berdasarkan pada jawaban informan yang menggambarkan meme merupakan cara mereka membedakan diri mereka dari orang lain. Artinya, sebenarnya ada cara lain untuk mengungkapkan sesuatu, namun mereka memilih meme karena alasan mereka. Dapat dikatakan, motif yang timbul ini merupakan bentuk dari keinginan untuk memberikan kesan berbeda bagi lingkungannya atas dirinya. Ada semacam rasa bangga, atau apresiasi kreatif dari lingkungan yang diharapkan akan datang kepada dirinya. Dalam konteks Teori ERG, ada tingkat kebutuhan yang mampu mendorong seseorang melakukan sesuatu karena rasa ingin dihargai, dihormati, dan diakui. Hal inilah yang kemudian memperkuat dugaan peneliti bahwa motif aktualisasi diri ini muncul akibat adanya dorongan dari kebutuhan pertumbuhan (*growth*).

Dapat dikatakan pula bahwa motif ini timbul dari dorongan kebutuhan yang posisinya paling tinggi dalam asumsi teori ERG. Artinya, orang-orang yang demikian ialah mereka yang telah merasa terpenuhi kebutuhan eksistensi dan hubungannya, sehingga muncullah hasrat untuk diakui, mendapat kesan kreatif, dan lain sebagainya.

Selanjutnya, aturan yang berlaku dalam teori ERG mengenai 3 kebutuhan juga dapat diterapkan kedalam hasil penelitian diatas. Hal tersebut didasari karena tidak adanya batasan bahwa kebutuhan yang mendorong timbulnya motif diatas akan bertahan selamanya. Dengan kata lain, dorongan yang muncul

dapat berasal dari aspek kebutuhan lain yang lebih tinggi apabila kebutuhan yang lebih rendah tingkatnya telah terpenuhi.

Adapun yang ingin peneliti garis-bawahi ialah bahwa ketika kebutuhan yang lebih rendah terpenuhi, dalam hal ini ialah *existence*, dorongan dari kebutuhan yang lebih tinggi (*relatedness*) dapat seketika itu muncul juga dan menanti untuk dipenuhi, dan ini merupakan salah satu dari aplikasi asumsi Teori ERG yang terbukti ada dilapangan. Kondisi ini juga turut membuktikan asumsi pertama teori ini, dimana ketika semakin rendah kebutuhan terpuaskan maka akan semakin tinggi dorongan untuk memuaskannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan hasil penelitian diatas, peneliti dapat menarik simpulan bahwa motif para anggota komunitas Meme Comic Indonesia dalam mengonsumsi meme terbagi atas tiga motif, (1) Motif pengalihan; (2) Motif identitas personal; (3) Motif aktualisasi diri. Ketiganya timbul karena dorongan kebutuhan yang berbeda-beda dan tidak bersifat hirarkis dan tidak bersifat idealis. Sehingga, dalam satu proses ekspresi melalui meme juga dapat didasari oleh beberapa jenis motif sekaligus.

Cara berekspresi para anggota komunitas terbagi atas 3 kategori berdasarkan pada tingkat keaktifan dan kegiatan yang mereka lakukan. Pertama ialah dengan membuat meme dan membagikannya. Kreasi meme ini juga tidak menutup adanya kemungkinan hasil dari pembuatan ulang atas meme atau kejadian yang sudah terjadi sebelumnya. Kedua ialah mereka yang mengonsumsi dan membagikan ulang meme tertentu.

Dan yang ketiga ialah penggunaan pasif dimana pengguna hanya menikmati meme untuk kebutuhannya sendiri tanpa membuat ulang atau membagikannya.

Saran dan rekomendasi bagi riset selanjutnya, peneliti sangat merekomendasikan untuk meneliti bagaimana potensi konflik yang muncul akibat adanya meme ini dan bagaimana respon penegak hukum atas konflik tersebut. Akan lebih menarik lagi bila dikaitkan dengan konsep dan awal diciptakannya internet sebagai dunia yang bebas.

DAFTAR PUSTAKA

- Brodie, Richard. 2014. *Virus Akalbudi Virus of the Mind*, cetakan ketiga. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Buchel, Branislav. 2012. *Internet Memes as Means of Communication*. Brno: Masaryk University.
- Daft, Richard L. 2003. *Manajemen*, Edisi 5 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Danesi, Marcel. 2010. *Semiotika Media*. terj. Gunawan Admiranto. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dawkins, Richard. 1967. *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press.
- Diaz, Carlos Muricio Castano. 2013. *Defining & Characterizing the Concept of Internet Meme*. Copenhagen: University of Copenhagen.
- Hamalik, Oemar. 1992. *Studi Ilmu Pengetahuan Sosial*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Littlejohn, Stephen W. 2011. *Theories of Human Communication*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Prayitno, Elida. 1989. Panduan pengajar buku motivasi dalam belajar. Jakarta: Proyek Pengembangan LPTK.
- Purwanto, M. Ngalim. 2004. Psikologi Pendidikan, Cet. 20. Bandung: Rosda Karya.
- Silalahi, Ulber. 2010. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama.
- Sperber, Dan. 1996. Explaining Culture A Naturalistic Approach. Massachusetts: Blackwell Publishing.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Uno, B. Hamzah. 2008. Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.