



Analisis Semiotika Meme Satir di Akun Twitter @memefess

Ahmad Zuhdi Nizar, Nur Maghfirah Aesthetika*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

DOI: <https://doi.org/10.xxxxx/xxxxx>

*Correspondence: Nur Maghfirah Aesthetika

Email: fira@umsida.ac.id

Received: date

Accepted: date

Published: date



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak : Studi ini meneliti peran meme sebagai alat komunikasi media digital, terutama fokus pada penggunaannya dalam menyampaikan pesan satir dan kritik. Dengan menggunakan metodologi kualitatif, kami menganalisis meme dari akun Twitter @memefess menggunakan model semiotik Peirce untuk mendekode makna dan pesan yang terkandung di dalamnya. Temuan kami mengungkapkan bahwa meme berfungsi sebagai platform untuk ekspresi kreatif dan beragam kritik, yang mendapat resonansi dari netizen karena sejalan dengan sentimen sosio-budaya yang berlaku. Artefak digital ini tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat tetapi juga menyoroti garis tipis antara humor dan kontroversi, menekankan potensi meme untuk secara tidak sengaja menargetkan atau memarginalkan kelompok tertentu. Studi ini berkontribusi pada pemahaman kita tentang dinamika komunikasi digital dan dampak ganda meme dalam wacana modern.

Keywords: Meme, Komunikasi Digital, Semiotika, Satire, Sentimen Sosial-Budaya

Abstract : This study examines the role of memes as digital media tools for communication, particularly focusing on their use in conveying satirical and critical messages. Employing a qualitative methodology, we analyze memes from the Twitter account @memefess using Peirce's semiotic model to decode the meanings and messages embedded within. Our findings reveal that memes serve as platforms for creative and diverse expressions of criticism, resonating with netizens due to their alignment with prevailing socio-cultural sentiments. These digital artifacts not only facilitate rapid information dissemination but also highlight the thin line between humor and controversy, underscoring the potential for memes to inadvertently target or marginalize specific groups. The study contributes to our understanding of digital communication dynamics and the dual impact of memes in modern discourse.

Keywords : Memes, Digital Communication, Semiotics, Satire, Socio-Cultural Sentiments

Introduction

Masyarakat menggunakan media komunikasi sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada komunikannya[1]. Media juga memiliki kemampuan sebagai peran dalam institusi yang bisa membuat pendapat masyarakat. Media saat ini banyak menjadi perbincangan pada publik terutama pengguna terbanyak seperti remaja dan orang dewasa lebih menggunakan Jejaring Sosial atau disebut juga Media Sosial. Hampir dari semua masyarakat di dunia mengenal dan memiliki akun Media Sosial, khususnya masyarakat Indonesia.

Melalui media, manusia dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi. Setiap orang memiliki pilihan dalam hal sifat media yang lebih mudah beradaptasi, terutama remaja dan dewasa muda. Penggunaan media oleh anak-anak dan remaja memungkinkan pengungkapan diri tentang di mana mereka berada [2]. Selain berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan ide tentang berbagai topik, seperti budaya, sosial, politik, atau gosip selebriti, media online juga dapat digunakan sebagai sumber hiburan. [3]

Media sosial adalah platform untuk interaksi sosial yang memanfaatkan mekanisme publikasi yang terukur dan dapat diakses. Aplikasi dan teknologi yang digunakan di media sosial dirancang untuk mendorong komunikasi, kerja tim, dan berbagi dokumen. [4]

Dari banyaknya Media Sosial yang digunakan sebagian kalangan masyarakat di Indonesia, mereka menggunakan salah satunya adalah Twitter. Twitter adalah aplikasi pada handphone untuk berekspresi dari pengguna melalui tulisan, gambar, atau video dengan menggunakan jaringan internet. Kemudian informasi yang diunggah dari Twitter tersebut bisa disampaikan ke publik secara cepat. Pengguna jejaring sosial di Internet biasanya remaja. Banyaknya pengguna Twitter dengan bahasa unik anak-anak ini menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia semakin akrab dengan dunia maya ini. [5]

Twitter adalah platform media sosial dengan tingkat pertumbuhan tercepat dan sangat populer di kalangan anak muda di Indonesia. Orang-orang membagikan kisah, ide, dan tindakan mereka dengan orang-orang terpilih di sebagian besar konten di Twitter yang bersifat pribadi. Mayoritas pengguna Twitter terdiri dari kalangan remaja, termasuk pelajar. Mereka menggunakan platform ini untuk menyampaikan aspirasi, memperlihatkan karakter mereka, mengikuti tren pergaulan, serta mencari hiburan. [6]

Twitter saat ini menjadi salah satu tempat pembuat kreatifitas para penggunanya untuk menyampaikan opini mereka seperti ide, saran, serta kritikan dalam bentuk tulisan dan gambar karakter yang dikenal dengan Meme. Untuk menyindir, menghibur, atau mengkritik dengan selera humor, meme biasanya menyertakan gambar yang saat ini menjadi topik pembicaraan yang sedang tren.

Salah satu pilihan terbaik dalam proses komunikasi saat ini adalah pertumbuhan media seperti komunikasi visual. Komunikasi visual adalah proses mengungkapkan maksud atau keinginan tertentu kepada orang lain melalui bahasa kiasan yang hanya dapat dipahami secara visual. Ikon, karya seni, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna semuanya digunakan dalam komunikasi visual dan media [7]. Generasi muda kreatif memunculkan banyak fenomena dengan menggunakan unsur linguistik baru. Gambar yang sering dikirim bisa digunakan sebagai pengganti pesan teks [8].

Pada salah satu akun Twitter @memefess merupakan kumpulan dari Meme karya para pengguna yang dijadikan satu. Akun Meme bernama @memefess dimulai pada Juli 2019 dan telah mendapatkan 274 ribu pengikut dan membagikan 68 ribu meme. [9] Sudarsono menyimpulkan pada artikelnya bahwa beberapa stereotype masyarakat Indonesia tercermin dalam meme. [10] Internet penuh dengan meme, masing-masing dengan maksud tertentu dan bukan hanya untuk hiburan. Kampanye hitam yang menggunakan sarkasme, persuasi, dan sesuai arahan tim kandidat. Selain itu, meme yang berkembang di masyarakat telah menjadi bentuk kritik untuk mendorong keterbukaan.

Menurut Dawson, selama humor digunakan untuk menyampaikan ide secara efektif, tidak ada salahnya melakukannya. Humor tidak hanya membantu menghindari emosi negatif seperti rasa bersalah, kecemasan, dan keraguan diri. Akibatnya, diperkirakan bahwa lingkungan akan mengurangi ketegangan dan stres yang ada [11]. Meme sebagai satuan informasi budaya menjalar melalui jejaring sosial dan mengalami evolusi bertahap menjadi fenomena sosial. Fenomena ini mengukuhkan keyakinan bahwa meme memiliki potensi untuk mempengaruhi pola pikir dan perilaku dalam kelompok sosial tertentu. [12]

Meme adalah sebuah fenomena budaya yang mengandung perilaku atau pola yang sering dibagikan oleh banyak orang karena memiliki konteks yang dianggap mewakili suatu hal. Meme cenderung menjadi viral di dunia maya dan dapat berupa gambar atau video. Meme dibuat oleh pembuatnya sebagai bentuk ekspresi diri dalam bentuk gambar, dan salah satu pesan yang ingin disampaikan dapat berupa sindiran atau satire. Meme merupakan media komunikasi yang diciptakan oleh netizen dalam mengungkapkan macam-macam pesan yang ditunjukkan orang tertentu dalam bentuk gambar yang memiliki kreasi dengan mengusung kebebasan dari kreator meme tersebut.

Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, perkembangan meme telah mengalami peningkatan yang signifikan. Meme adalah produk budaya modern yang menyebar luas melalui internet. Saat ini, istilah meme sudah menjadi umum dan dikenal di kalangan banyak orang yang aktif menggunakan media sosial. Meme, biasanya terkait dengan humor, telah menjadi bagian dari rutinitas harian para pengguna internet. Meme merupakan bentuk wacana yang menggunakan gambar atau foto disertai dengan tulisan-tulisan khusus. Istilah meme pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins pada tahun 1979. [13]

Secara umum, meme merupakan sebuah bentuk representasi yang dibuat oleh individu dan terdiri dari gambar dan deskripsi teks yang mengekspresikan makna tertentu. Hal yang membedakan meme dari bentuk media lainnya adalah kemampuannya untuk menyampaikan berbagai sudut pandang, termasuk opini politik dari orang atau kelompok tertentu. [14] Isi pesan beraneka macam, seperti kalimat bijak, kritik, satire, atau hanya hiburan semata. Bahasa satire atau sindiran banyak digunakan saat ini, terutama di media sosial, dan dipandang sebagai media yang efektif untuk menyampaikan kritik dan sindiran. Menariknya penggunaan kata dan gambar yang menyindir menciptakan viral di masyarakat. [15]

Studi ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang membahas sistem untuk menafsirkan meme. karena setiap Meme memiliki unsur-unsur makna atau pesan tersendiri. Penelitian tersebut perlu ada teori ini sebagai pemahaman dari setiap gambar yang ditampilkan. Semiotika studi tentang tanda-tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, termasuk bagaimana itu bekerja dan berhubungan dengan tanda lain, kemudian ditransmisikan, dan cara pengguna menafsirkannya. [16]

Semiotika merupakan salah satu pendekatan interpretatif terkemuka dalam penelitian komunikasi, yang mengarahkan analisis pada tanda-tanda yang terdapat dalam teks tersebut. Keberhasilan atau kegagalan penerapan metode semiotika dalam penelitian tergantung pada sejauh mana peneliti dapat mengartikulasikan kasus yang sedang diteliti.

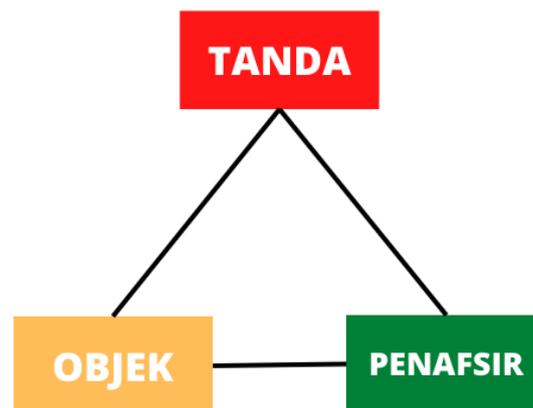
Artinya, kemampuan peneliti dalam memahami dan menginterpretasikan tanda-tanda dalam teks menjadi kunci keberhasilan dalam menerapkan metode semiotika. Karena semiotika melibatkan proses interpretasi, maka subjektivitas peneliti juga dapat mempengaruhi hasil penelitian, sehingga diperlukan kehati-hatian dan keterampilan khusus dalam menerapkan metode semiotika agar diperoleh hasil penelitian yang akurat dan bermanfaat. Meskipun demikian, metode semiotika tetap menjadi salah satu metode penelitian yang penting dan bermanfaat dalam mengkaji berbagai jenis teks, termasuk karya sastra, media massa, iklan, dan sebagainya. [17]

Tiga komponen teori segitiga Peirce adalah tanda, objek, dan penafsir. Ikon, indeks, dan simbol adalah contoh tanda karena merupakan objek fisik yang dapat ditangkap oleh indera manusia. Tanda itu merujuk pada suatu objek atau menggunakan konteks sosial di sekitarnya sebagai titik acuannya. Sedangkan penafsir merupakan konsep pemikiran penggunaan tanda kemudian memberikan makna tertentu atau makna dari seseorang yang sedang memikirkan objek. Konsep semiotika yang sering digunakan dalam menganalisis karya adalah yang diajukan oleh Charles Peirce. Hubungan antara tiga unsur dalam teori Peirce, yaitu tanda, objek, dan penafsir, menjadi sangat krusial untuk dipahami dan dianalisis dalam sebuah karya. Namun demikian, terdapat juga konsep semiotika lain yang dapat diterapkan dalam analisis tergantung pada tujuan dan konteks karya yang sedang dibahas. Penting bagi pembaca untuk memahami hubungan antara ketiga unsur dalam teori Peirce, karena hal ini memungkinkan konsep dan makna yang disampaikan oleh pengarang dalam karyanya dapat dipahami secara keseluruhan dan mendalam. [18] Dari paparan di atas adanya ketertarikan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut. Meme pada akun Twitter @memefess merupakan suatu alat komunikasi visual masa kini, tetapi kurang adanya penelitian terhadap Meme khususnya di Sosial Media Twitter. Meme juga menjadi perbincangan ramai di setiap linimasa semua Social Media khususnya Twitter karena banyak digemari oleh kalangan masyarakat sehingga banyak dari penikmat Meme kini juga ikut serta membuat Meme, dengan bertujuan ingin menyampaikan ekspresi dan opini mereka melalui sebuah gambar.

Methodology

Analisis semiotika model Charles Sanders Peirce yang menekankan tiga komponen kunci tanda, objek, dan penafsir digunakan dalam penelitian ini dengan metode kualitatif. Metode dokumentasi digunakan dalam metodologi pengumpulan data penelitian ini dengan beberapa unggahan Meme Sindiran di akun Twitter @memefess pada 25 Desember 2022 sampai 31 Desember 2022. Kemudian data yang telah diperoleh akan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian serta dilakukan analisis dan pengolahan data deskriptif dengan menguraikan, membandingkan, dan menjelaskan informasi yang diperoleh dari beberapa penelitian sebelumnya.

Dua komponen teknik pengumpulan data adalah data utama dan data sekunder. Meme terpilih dikumpulkan oleh data utama di akun @memefess. Sedangkan informasi sekunder diperoleh dari beberapa kajian dan karya literatur tentang topik yang diliput di internet dan media massa, khususnya media sosial Twitter.



Gambar 1. Trikotomi Semiotika Pierce

Konsep semiotika Pierce merupakan suatu teori yang memfokuskan pada hubungan trikotomi antara tanda-tanda dalam karya sastra. Trikotomi yang dimaksud adalah hubungan antara objek, representamen, dan interpretan. Dalam hal ini, terdapat tiga hubungan tanda yang dapat dilihat berdasarkan perspektif Pierce. Pertama, terdapat hubungan tanda yang didasarkan pada persamaan atau kesamaan antara unsur-unsur yang diwakili, yang sering disebut sebagai 'ikon'. Kedua, terdapat hubungan tanda yang berasal dari sebab akibat antara unsur-unsur yang diwakili, yang disebut sebagai 'indeks'. Dan ketiga, ada hubungan tanda yang dibentuk berdasarkan kesepakatan atau konvensi antara sumber dan unsur yang diwakili, yang disebut sebagai 'simbol'. Dengan memperhatikan tiga jenis hubungan tanda tersebut, semiotika Pierce membantu dalam memahami bagaimana sebuah karya sastra dapat menyampaikan makna melalui penggunaan tanda-tanda. [18]

Semiotika menurut Berger melibatkan dua tokoh utama, yaitu Ferdinand De Saussure dan Charles Sander Peirce, keduanya mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah tanpa saling mengenal satu sama lain. Saussure berasal dari Eropa dengan latar belakang keilmuan di bidang linguistik, sementara Peirce berasal dari Amerika Serikat dengan latar belakang keilmuan di bidang filsafat. Meskipun memiliki latar belakang yang berbeda, kedua tokoh ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan studi semiotika. [17]

Result and Discussion

Dalam penelitian ini, @memefess termasuk akun meme yang diikuti oleh 274.000 pengguna aktif dan telah memposting 69.000 meme. Pembuat meme mengirim karya mereka ke akun @memefess melalui tautan perselisihan di bio, dimana kemudian diunggah secara otomatis oleh bot. Setiap orang bebas mengunggah, membagikan, meneruskan unggahan, dan menulis komentar yang membuatnya menghibur.



Gambar 2. Akun Twitter @memefess

Admin pada akun @memefess memberi peringatan dalam bentuk tulisan yang di pin sebagai peringatan dibuat dengan tujuan orang yang mudah tersinggung menyarankan untuk tidak mengikuti akun @memefess.



Gambar 3. Meme Pertama

Pada gambar Meme pertama merupakan sindiran untuk salah satu klub bola pada liga primer inggris yaitu Tottenham Hotspur. Meme ini bertujuan untuk menyindir pendukung serta klub tersebut sehingga terjadinya pertukaran argumen antara pecinta sepakbola. Gambar tersebut menjelaskan tentang klub Spurs yang tidak pernah menjuarai kompetisi bola sehingga isi lemari dari klub kosong. Adanya gambar produk minuman mixue menggambarkan tren yang sedang ramai yaitu banyaknya kedai Mixue yang menempati ruko atau tempat kosong.

Tabel 1. Arti dari meme pertama

Tanda (Sign)	Lemari piala dengan logo klub. Gambar Mixue yang menempati tempat kosong.
Objek (Object)	Logo pada lemari yaitu klub Tottenham Hotspurs menandakan pecinta klub tersebut.

Penafir (Interpretant)

Lemari yang kosong tanpa ada isinya menandakan tidak pernah menjuarai piala sama sekali.

Adanya gambar Mixue yang memiliki arti menempati tempat kosong dimanapun bahkan di Lemari piala klub tersebut.



Gambar 4. Meme Kedua

Meme kedua adalah gambar satir tentang pelarangan ibadah natal di rumah penganut agama Kristen oleh warga Cilebut, Bogor. Kreator membuat dalam bentuk komik yang menggambarkan kejadian sering terulang. Dalam gambar itu komentarnya "Kalian dilarang bangun rumah ibadah disini" dan "kalian dilarang ibadah di rumah, harusnya lakukan di rumah ibadah" merupakan sindiran terhadap warga yang melarang mereka beribadah.

Tabel 2. Arti dari meme kedua

Tanda (Sign)	Ilustrasi orang dengan raut muka kecewa dan sedih Petunjuk arah yang mengelilingi dan berputar menandakan kejadian tersebut sering terulang kembali.
Objek (Object)	Orang yang melakukan ibadah mendapat komentar dan kesalahan setiap melakukan kegiatan ibadah dimanapun.
Penafsir (Interpretant)	Ketika orang tersebut melakukan "Kami mau izin bangun rumah ibadah" dikomentari dengan "Kalian dilarang bangun ibadah disini" mereka pun menurut dengan mengganti solusi "Baiklah, kami mau ibadah di rumah saja" mereka masih mendapat komentar "Kalian dilarang ibadah di rumah, seharusnya di tempat ibadah" begitupun seterusnya hingga berputar-putar. Makna yang terselubung adalah adanya Intoleransi dari warga yang menganut agama lain.

Semua meme ini memiliki bentuk yang kira-kira sama seperti dalam gambar, komik berbentuk persegi atau persegi panjang. Namun, ada beberapa gambar digabung menjadi satu lalu beri keterangan tentang gambar yang ada di dalamnya. Ada juga gambar sendiri dengan tambahan komentar satir, serta gambar diubah menjadi komik dengan tulisan seperti halaman buku komik.



Gambar 5. Meme Ketiga

Meme ketiga tentang sindiran terhadap fans klub sepakbola Inggris yaitu Manchester United. Gambar tersebut bercerita ekspresi dari penggemar ketika melakukan ibadah sholat Jumat karena khatib menyatakan suasana bahagia tetapi mereka sedih akibat dari klub kesayangannya kalah dalam permainan bola.

Tabel 3. Arti dari meme ketiga

Tanda (Sign)	Menggunakan baju klub Manchester United Orang menggunakan peci dengan raut muka sedih.
Objek (Object)	Baju bola yang digunakan merupakan penggemar Manchester United.
Penafsir (Interpretant)	Teks yang bertuliskan “Khatib : Hadirin jamaah Jumat yang berbahagia” merupakan kalimat yang sering digunakan ketika khutbah pada kegiatan ibadah sholat Jumat. Foto orang sedih menggunakan baju Manchester United karena tidak sesuai dengan keadaan bahagia yang dibilang oleh khatib karena klub mereka kalah.

Warna yang digunakan dalam meme sering mengikuti pola yang sama dengan gambar media sosial lainnya. Sebagian besar meme menggunakan warna asli gambar, tetapi meme yang menunjukkan kesedihan, keputusasaan, atau patah hati biasanya menggunakan warna hitam dan putih karena lebih mendukung pesannya.

Membicarakan tentang meme adalah hal yang relatif baru dalam ilmu komunikasi, terkait erat dengan kebebasan berpendapat, khususnya dalam bahasa satire di media sosial. Melihat bagaimana media sosial dimanfaatkan, meme telah menjadi favorit di kalangan netizen, dan mereka berlomba-lomba untuk menunjukkan kreativitas. Oleh karena itu, para kreator meme dengan sengaja menciptakan satire-satire melalui karya meme mereka.

Meme-meme yang beredar di dunia maya memberikan kesempatan bagi netizen dan kreator meme untuk berkomunikasi secara bebas tanpa batasan aturan sopan santun yang kaku. Terkadang, komentar-komentar dalam meme yang mengandung unsur humor dan satire diciptakan dengan tujuan untuk mencemooh atau mengundang tawa orang lain. Dampaknya, kreasi meme dengan cepat menyebar, terutama melalui media sosial. Media

sosial dianggap sangat efektif dalam menyebarkan informasi karena memiliki beberapa ciri khas seperti pesan yang dapat diakses oleh banyak orang, bebas dari filter atau sensor, pesan yang dapat disampaikan dengan cepat, serta interaksi yang bisa dilakukan kapan saja oleh penerima pesan. Dalam beberapa kasus, pengguna media sosial bahkan dapat menentukan waktu dan tempat interaksi, sehingga memungkinkan penyebaran informasi secara lebih luas dan cepat.

Ketika gambar-gambar berupa meme menyebar di dunia maya, terutama melalui media sosial yang menjadi salah satu platform paling populer untuk berbagi konten, siapa saja yang melihatnya dapat dengan mudah menyimpan gambar tersebut dan membuat kembali meme baru dengan mengunggahnya kembali ke internet. Jika meme tersebut menarik perhatian, setiap orang yang menikmati meme tersebut dapat memberikan komentar bebas terkait meme tersebut, karena media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam diskusi secara interaktif. Meme diciptakan sebagai salah satu cara untuk menyampaikan pemikiran, opini, anekdot, dan hal-hal lainnya secara anonim dan massal melalui aturan meme yang telah ditetapkan oleh masyarakat online.

Terlepas dari tujuan awalnya, meme sekarang telah menjadi semacam fenomena sosial yang berpengaruh di dunia maya, dan oleh karena itu, meme cenderung memancing respons dan perhatian dari banyak orang. Meskipun meme biasanya tidak ditujukan untuk mencari jawaban atau solusi, namun mereka dapat membangkitkan diskusi dan bahkan membentuk opini publik.

Conclusion

Pada umumnya meme ini dibuat berdasarkan pengungkapan ekspresi dari pembuatnya. Mereka menggambarkan dirinya melalui sebuah gambar lucu. Selain itu, meme juga menjadi sarana hiburan untuk internet dan media satir humor untuk menyindir tragedi yang sedang tren. Dapat disimpulkan, meme dapat digunakan sebagai komunikasi yang bebas oleh siapapun yang menggunakan internet dalam menyampaikan pendapat mereka. Netizen menggunakan sebagai kritikan dan sindiran dengan jelas dari sikap serta menghasilkan dalam humor.

Dalam hal penyebaran, Ketika meme menjadi populer, orang-orang akan mengkloning atau membuat salinan dari meme tersebut dan membagikannya kembali ke media sosial mereka. Proses ini dapat berulang-ulang, sehingga memungkinkan meme untuk menyebar dengan sangat cepat dan luas di seluruh dunia maya. Namun, proses ini juga dapat menimbulkan masalah ketika meme menjadi sangat populer dan dipakai secara berlebihan, sehingga memicu kontroversi atau bahkan merugikan orang lain ketika gambar tersebut mengandung satire atau sindiran. Oleh karena itu, penting bagi para kreator dan netizen untuk mempertimbangkan dampak dari karya dan penyebaran meme mereka di dunia maya, dan memastikan bahwa mereka mematuhi aturan dan etika yang berlaku.

Dengan adanya Meme pada akun twitter @memefess dapat menjadikan wadah kreatifitas kritik dengan terbuka dan bervariasi. Meme dapat menyebar cepat karena netizen merasa cocok dengan yang digambar. Fenomena meme di media adalah hal baru dalam kajian penelitian komunikasi yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar netizen dan pembuat meme menghadirkan humor dengan pendekatan inovatif seperti ini.

Acknowledge

Terima kasih kepada Tuhan yang maha Esa, orang tua, dan teman-teman. Kemudian kepada UKM MCV serta prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Last but not least, untuk diri saya sendiri. Terima kasih sudah berjuang sampai dengan hari ini.

References

- N. M. Aesthetika and N. T. Kusdiyanti, "Perception of Product Reviews Through Beauty Vloggers on YouTube," *Kanal J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. 2, pp. 83–87, Mar. 2020, doi: 10.21070/kanal.v8i2.181.
- A. H. Utami, "New Media and Youth: Media Form Changes in Family Interactions," *J. Perpust. Univ. Airlangga*, vol. 11, pp. 8–18, 2021.
- A. Listiorini, "Humor Discourse in Online Media Memes as a Portrait of Part of Indonesian Society," *Litera*, vol. 16, no. 1, Jun. 2017, doi: 10.21831/ltr.v16i1.14251.
- H. Herna, H. Hiswanti, H. Hidayaturahmi, and A. A. Putri, "Social Media Communication Strategies to Encourage Audience Participation on Kitabisa.com," *J. Komun. Pembang.*, vol. 17, no. 2, pp. 146–156, Jul. 2019, doi: 10.46937/17201926843.
- S. Prayudi, "Language Varieties in Social Media Twitter: A Sociolinguistic Study," *J. Metamorf.*, vol. 8, p. 12, 2020.
- Z. F. Nurhadi, "Social Communication Model of Teenagers Through Media Twitter," *J. Aspikom*, vol. 3, no. 3, p. 539, Sep. 2017, doi: 10.24329/aspikom.v3i3.154.
- M. Ilham, "Representation of Popular Culture in Indonesian Meme Comics (Semiotic Analysis of Memes in the Fanpage Meme Comic Indonesia)," *Hasanuddin Univ. Repos.*, p. 126, 2017.
- I. D. K. Titis Ary Laksanti, "Language and Creativity: Analysis of Illocutionary Speech Acts in Contemporary Indonesian Language Memes," *Multilingual*, vol. 18, no. 2, pp. 103–116, Dec. 2019, doi: 10.26499/multilingual.v18i2.115.
- Sony Christian Sudarsono, "Representation of Indonesian Society Through Dishonesty Reflected in the 'Beware That's a Hoax' Memes," *Kolita* 15, pp. 21–25, 2017.
- N. Zubaidah and I. Ardelia, "A Discourse Analysis of Memes," *Getsempena Engl. Educ. J. Geej*, vol. 5, p. 7, 2018.
- Dasrun Hidayat, "Interpersonal Communication and Its Media," Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- M. K. C. Lankshear, "A New Literacies Sampler," New York: Penguin, 2007.
- F. Murfianti, "Memes in the Digital Era and Cyber Culture," *Acintya J. Penelit. Seni Budaya*, vol. 11, no. 1, pp. 45–50, Mar. 2020, doi: 10.33153/acy.v11i1.2613.
- A. Widiastuti, M. R. Ismail, and A. Z. Iswanto, "Semiotic Analysis of the 'Professions That Cannot Work from Home' Meme During the COVID-19 Pandemic," no. 1, 2020.
- Yufi Safwan Fajar, "Satirical Language Phenomena in Social Media Memes," *Sinar Dunia J. Ris. Sos. Hum. Dan Ilmu Pendidik.*, vol. 1, no. 4, pp. 52–61, Dec. 2022, doi: 10.58192/sidu.v1i4.223.
- P. Caroline, D. Novitasari, and B. Virgiana, "Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis on Body Shaming in the Film 'Imperfect: Career, Love & Scales'," vol. 01, 2020.

- B. Mudjiyanto and E. Nur, "Semiotics in Communication Research Methodology," *J. Penelit. Komun.*, vol. 16, no. 1, 2013.
- E. D. S. Sovia Wulandari, "Charles Sanders Pierce's Semiotic Study: The Trikotomic Relation (Icon, Index, and Symbol) in the Children's Short Story 'Mercusuar' by Mashdar Zainal," *J. Ilmu Hum.*, vol. 4, pp. 29–41, Jun. 2020.