

# ***Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru***

**Rendy Pahrin Wadipalapa**

Universitas Airlangga

Jl. Airlangga No. 4-6, Surabaya 60286

Email: rendypw@gmail.com

**Abstract:** *The main issue in the presidential election is not only the problem in political contestation practices, but also contestation of political messages in the media. In the 2014 presidential election, the internet plays an important role for dialogue and political debate. This study highlights political meme (photos/slides with text) since it offers both explicit message and a form of criticism and cynicism. This study looks at how meme culture operates in political message traffic on the internet, its relationship with power, and how much space for the audience to participate.*

**Keywords:** *meme culture, new media, political media, presidential election*

**Abstrak:** *Persoalan utama dalam pemilihan presiden bukanlah kontestasi praktik politik, melainkan kontestasi pesan politik dalam media. Pada konteks Pemilu 2014, media internet menjadi salah satu media yang paling sibuk dan aktif sebagai panggung dialog dan perdebatan politik. Studi ini menyoroti meme atau penggabungan foto/slide dengan teks karena ia tidak hanya memuat pesan-pesan eksplisit, tapi juga kritisisme dan sinisme yang tajam. Tulisan ini melihat bagaimana meme culture beroperasi dalam lalu lintas pesan politik di internet, relasinya dengan kekuasaan, dan seberapa besar ruang bagi audiens untuk berpartisipasi.*

**Kata Kunci:** *budaya meme, media baru, pemilihan presiden, politik media*

Tulisan ini membahas *meme culture* sebagai fenomena baru dalam dunia ilmu komunikasi dan hubungannya dalam konteks politik terutama dalam Pemilu 2014 di Indonesia. Prolog tentang apa dan bagaimana *meme culture* akan diulas terlebih dahulu dengan memberi tarikan historis atas konteks media baru di Indonesia serta kaitannya dengan dunia politik. Penggunaan internet dan media baru dalam konteks Indonesia banyak dilihat dalam hubungannya sebagai respon ekspresif masyarakat pasca lenyapnya tekanan dan ketertutupan Orde Baru. Banyak sarjana yang menyepakati jika internet

punya posisi penting dalam mendorong demokratisasi Indonesia (Nugroho, 2011; Sen & Hill, 2000).

Selain memiliki posisi kuat dalam keterbukaan politik, media baru secara kreatif memodifikasi dirinya dalam varian yang beragam. Secara lentur pula mode komunikasi yang satu ini dikembangkan, terus berubah dan direspon secara aktif oleh masyarakat luas. Pelbagai isu sosial-politik berkembang menjadi diskursus publik melalui internet, diperbincangkan secara *intens* sekaligus diproduksi dan disirkulasikan ulang secara masif. Variasi

mode komunikasi ini mewujud pada macam-macam bentuk media sosial, forum maya, dan pelbagai aplikasi lain. *Meme* adalah salah satu diantaranya.

Istilah “*meme*” pertama kali dikemukakan oleh Richard Dawkins (1976) dalam buku *The Selfish Gene*, yang merujuk pada “unit imitasi dan transmisi budaya dalam gen”. Perluasan definitif dari istilah biologis konsep Dawkins ini kemudian dipakai untuk menunjuk gejala umum tentang *meme culture* di internet, yakni sebuah cara dalam mana ide diimitasi, disebar, dan dimediasi dari orang ke orang, lewat interaksi atau pembicaraan, baik melalui medium analog maupun digital (Brunello, 2012). *Meme* menampilkan kombinasi antara gambar foto *slide* dan teks, serta ditujukan untuk merespon suatu isu yang sedang menjadi perbincangan dalam diskursus sosial.

*Meme* beroperasi dengan memanfaatkan media baru (*new media*) atau internet. Jika media secara umum dilihat sebagai salah satu *locus politica* --tempat di mana tema-tema politik diulas, dan bahkan menjadi “panggung” kontestasi politik itu sendiri, maka media baru harus disentuh bukan saja karena mencari tahu pengaruh penetrasi politik atasnya, melainkan juga melihat bagaimana media dengan karakteristik terbuka dan bebas seperti internet menjadi *locus* penting dari diskursus politik terpenting Pemilu presiden 2014.

Jika dilihat dari definisi awal, *meme* internet telah mengalami metamorfosa bukan saja pada bagaimana ia dibentuk atau lewat medium apa ia dijumpai, melainkan juga mempraktikkan *mimesis*

(bahasa Yahudi) atau peniruan belaka dan melakukan kerja kreativitas. Secara teknis teks tidak dijiplak atau digandakan, tetapi dibuat, diolah, dimodifikasi, dan diberi makna sedemikian rupa. Maka, produksi *meme* tidak dapat disederhanakan sebagai wujud kreatif-teknis, melainkan justru kreatif-substantif makna. Sampai di sini, maka inti dan pembahasan atas contoh-contoh *meme* politik menjadi penting.

## PEMBAHASAN

### *Meme Culture* dalam Politik Indonesia

Pemilu presiden 2014 di Indonesia menarik perhatian para sarjana ilmu komunikasi karena dua hal besar. *Pertama*, partisipasi publik menguat drastis dalam mengisi ruang publik perbincangan pemilu. *Kedua*, eskalasi perbincangan itu dijumpai oleh medium internet lewat pelbagai fasilitas media sosial atau forum interaktif lainnya. Karakteristik ini relatif cukup baru dan tidak terjadi pada pemilu sebelumnya. Berdasarkan gambaran kombinasi antara internet dan pemilu, *meme culture* berada pada zona antara tersebut sambil memainkan peran partisipatorisnya. Pada bagian berikut penulis akan membahas beberapa *meme* politik populer yang dibuat oleh *netizen*. Jumlah pasti berapa *meme* yang diproduksi tidak mampu dilacak, tetapi tema politik mendapat tempat cukup populer dalam *meme culture*. Beberapa situs memuat dan mengompilasi *meme* politik secara periodik.

*Meme* pertama diproduksi lewat akun @victorkamang, tertanggal 6 Agustus dengan judul: “*Contoh pertanyaan cewek yang sering ditanyakan pada waktu dan tempat yang salah*” (gambar 1).

Di masa kampanye, berita pertemuan Prabowo dan mantan istrinya Titiek Soeharto berseliweran, yang kemudian diberi kesan oleh pers sebagai “kedekatan kembali” atau lebih jauh lagi, “rujuk”. Bahwa kedekatan ini baru *intens* terjadi menjelang pemilihan umum bukanlah soal utamanya. Justru yang menarik bagaimana publik memberi dugaan atau semacam presumsi melalui *meme*. Akun @victorkamang di *twitter* memberikan

*meme satire* tajam atas pencitraan rujuk kembali Prabowo dan Titiek Soeharto. Ini menunjukkan ketidakpercayaan atas isu rujuk kembali pasangan ini dan secara implisit menuding sebagai sesuatu yang sengaja didesain untuk popularitas politik.

Cuitan *meme* lain dari akun @victorkamang, pada tanggal 21 Juli 2014, juga masih menyorot soal pemilu dengan judul “*Grand Scenario*” seperti tampak pada gambar 2.



Gambar 1 *Meme* Prabowo - Titiek Soeharto



Gambar 2 *Meme* Soal SBY

Konteks dari *meme* di atas adalah *statement* Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang sempat melontarkan wacana akan menunda pengumuman hasil pemenang Pemilu presiden 2014. Wacana ini dikritik bukan saja karena menjadi indikator ketidaksiapan KPU sebagai panitia penyelenggara Pemilu melainkan juga dituding karena desakan salah satu kubu Capres-cawapres yang tidak puas atas pemilu. Kritik atas KPU itu kemudian diilustrasikan dalam rupa *meme*, dengan meminjam foto pidato presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Mengapa SBY diambil sebagai figur dalam *meme*? Selain alasan populer juga karena kritik atas sikap netralnya yang ambigu di tengah kontestasi pemilu. Sebagaimana diketahui, Yudhoyono memimpin partai Demokrat dan memutuskan sikap netral, namun dalam beberapa kesempatan juga membuka lebar pintu koalisi dengan Prabowo. Lumrah diketahui, Hatta Rajasa, pasangan Prabowo, adalah besan dari Yudhoyono.

Ekspresi politik lain juga datang dari akun *twitter* @ndorokakung, pada tanggal 22 Juli 2014, dengan judul “Haha” (gambar 3).

Pasca pengumuman hasil Pemilu, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengundang dua pasangan kontestan pemilu untuk berbuka puasa bersama di Istana Negara. Dilandasi maksud untuk meredam suhu politik yang mulai memanas, SBY menjadikan buka puasa itu sebagai medium dalam mempertemukan dua pasangan. *Meme* di gambar 3 menunjukkan foto menjelang shalat maghrib bersama, tetapi disertakan teks yang menerangkan *satire* atas Prabowo. SBY meminta Jokowi untuk tidak larut dalam *euforia* perayaan kemenangan (setelah ia diumumkan menang sebagai presiden terpilih oleh KPU) karena Prabowo “telah habis banyak”. Klausula terakhir merujuk pada modal dan sumber daya.

Konteks politik penting dalam *meme* ini adalah dua klaim kemenangan yang prematur dari masing-masing kubu.



Gambar 3 *Meme* SBY dan Jokowi

Joko Widodo dan Jusuf Kalla membuka konferensi pers sesaat setelah hasil *quick count* dirilis, begitu pula Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa. Masing-masing pasangan mengutip hasil survei yang berbeda untuk mendukung klaim kemenangan. Keyakinan ini bertahan terus hingga pengumuman resmi oleh Komisi Pemilihan Umum, bahkan lebih jauh, Prabowo-Hatta masih bertahan dengan hasil surveinya dan meneruskan protes atas hasil pemilu itu ke Mahkamah Konstitusi.

Masih dari akun *@ndorokakung*, tertanggal 19 Juli 2014 (gambar 4). *Meme* ini koinsiden dengan konteks piala dunia Brazil dan dimaksudkan untuk menghubungkan dua konteks yang berlainan yakni pertandingan sepak bola dan kontestasi pemilu. Kendati keduanya memiliki padanan, tetapi menghubungkannya adalah ketidakwajaran mengingat konteks yang berlainan. Film Korea disebut secara spesifik karena gelombang besar “K-pop” lewat siaran drama melankolis dan musiknya. Tokoh di atas merujuk pada Lionel Messi, penyerang

Argentina, yang gagal meloloskan timnya sebagai juara dunia lantaran kalah dari Jerman pada final Piala Dunia. Tanding ulang adalah metafora dari pemilu ulang --sesuatu yang diminta oleh pasangan Prabowo-Hatta setelah dinyatakan kalah dalam pengumuman resmi KPU pada 22 Juli 2014.

Akun *@ulinyusron*, pada tanggal 5 Juli 2014, juga memopulerkan *hashtag* *#Jokowi9Juli* lewat *meme* di gambar 5. Debat terbuka antar kandidat calon presiden dan calon wakil presiden menjadi tema penting dari diskursus pemilu. Debat ini disiarkan secara langsung oleh media massa televisi, dan di-*relay* beberapa kali. Beberapa kali episode debat direspon secara aktif di media sosial, sebagian karena dipicu oleh kritik atas kelemahan salah satu calon yang dibalas oleh kritik lainnya. *Meme* di gambar 5 juga merupakan olok-olok atas kekeliruan Hatta Rajasa yang bermaksud mengelaborasi kelemahan Joko Widodo semasa menjadi walikota Solo. Joko Widodo dianggap gagal karena tidak pernah mendapatkan



Gambar 4 *Meme* Lionel Messi Penyerang Argentina

penghargaan Kalpataru. Pada poin ini, Jusuf Kalla sebagai Cawapres Jokowi mengoreksi *statement* Hatta bahwa Kalpataru adalah penghargaan yang hanya diberikan pada tingkat provinsi, sementara di tingkat kota disebut penghargaan Adipura. Kesalahan mendasar ini dianggap memalukan dan mendatangkan respon ramai di media sosial.

Oleh akun @ulinyusron, peristiwa kekeliruan Hatta tersebut divisualisasikan ulang dalam bentuk *meme* politik. Gambaran pada *meme* tersebut meniru kuis *Eat Bulaga* yang populer ditayangkan televisi, dan menyindir Hatta yang tak bisa menjawab pertanyaan. Kalla kemudian meminta Arya Wiguna, tokoh yang populer karena berkonfrontasi secara emosional dengan Eyang Subur, seorang paranormal, untuk menggantikan posisinya.



Gambar 5 Meme Jusuf Kalla dan Hatta Rajasa

*Meme* lain yang beredar, dan di-retweet berkali-kali adalah *meme* @ulinyusron yang berjudul “Lari dari Kenyataan” (gambar 6). *Meme* ini menyindir status Prabowo ketika dianggap “lari” dari tanggung jawab ke Jordania, pasca ia diadili melalui pengadilan militer setelah gerakan reformasi 1998. Di pengadilan itu Prabowo diduga terlibat dalam penculikan dan penghilangan paksa aktivis mahasiswa. Di media massa, tim sukses Prabowo berkali-kali mengklarifikasi sekaligus membantah ihwal “pelarian” itu.



Gambar 6 Meme Prabowo

Selain *meme* yang dibagi secara masif di media sosial, penulis menganggap penting juga ihwal teknis bagaimana *meme* itu dibuat. Sebab, urgensi diskursus politik dalam ranah perbincangan virtual

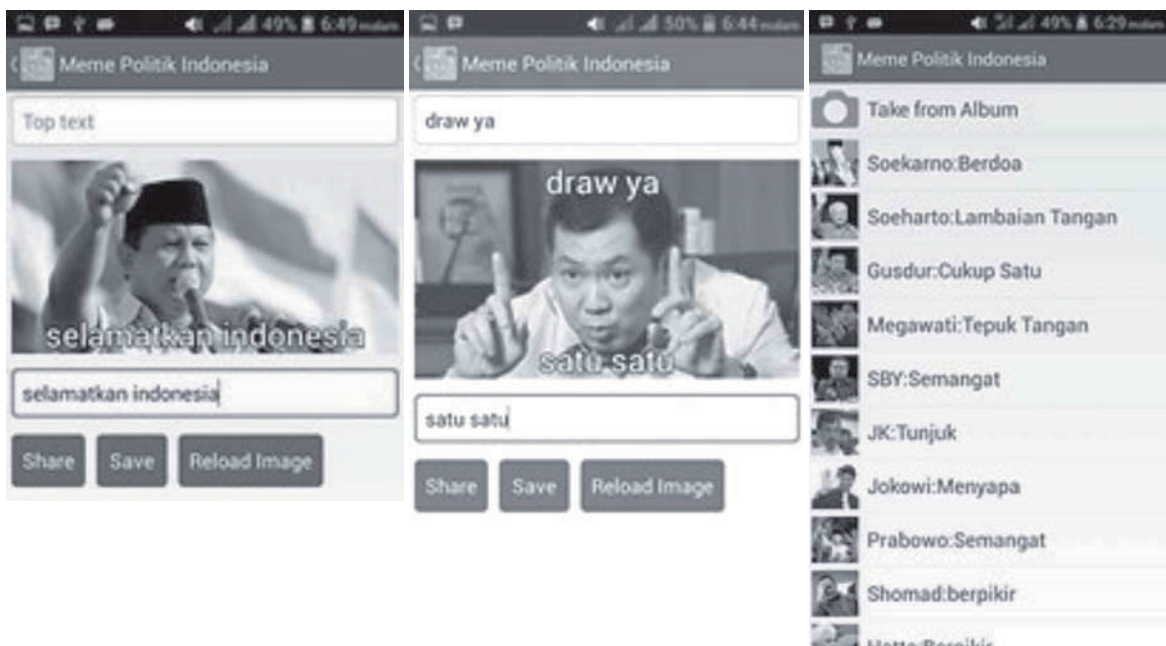
tidak saja tampak kasat mata melalui lalu lintas pesan dari *meme*, melainkan juga dapat dibaca dari bagaimana *meme* itu dihasilkan. Menariknya, menjelang pemilihan presiden, muncul aplikasi pembuat *meme* khusus bertema politik Indonesia di halaman berbasis teknologi *smartphone* android. Di dalam aplikasi itu ditampilkan ragam foto tokoh-tokoh politik misalnya Prabowo, Joko Widodo, Hary Tanoesoedibjo, dan seterusnya sekaligus kolom teks yang bebas diisi apa pun.

Lahirnya aplikasi ini menunjukkan jika tema politik demikian pentingnya, sekaligus membuktikan jika urgensi tema politik ini perlu diteruskan lebih jauh dalam format yang memudahkan partisipan untuk meresponnya. Kesadaran yang muncul adalah *meme* merupakan respon kreatif yang memerlukan simplifikasi sehingga disediakan aplikasi untuk memudahkan pembuatannya.

### **Satire Politik**

*Satire* adalah penggabungan antara unsur ironi dan sarkasme, dan biasanya dikemas dalam bentuk humor. Menurut *Oxford Dictionary*, *satire* memiliki tujuan dalam mengekspose dan mengkritik kesalahan orang, sehingga sebuah *satire* selalu mempunyai fungsi kritik (Berger, 1997).

*Meme* politik melepaskan diri dari apa yang secara formal diyakini sebagai budaya politik dan bahkan justru berupaya membalik kesopan-santunan dan segala protokol pesan politik. Kesopanan dibuang jauh dan diganti bukan saja oleh sesuatu yang serba terus-terang, tapi juga secara komedi memainkan ironi dan menghasilkan pesan yang *satire*. Berbentuk humor, *meme* menjadi salah satu ukuran penting seberapa jauh masyarakat mampu menghimpun kesadaran kritis terutama dalam tema-tema politik (Hasan, 1981).



Gambar 7 Aplikasi *Meme* Politik Indonesia di Android

Jika mengikuti logika pesan komedi, akan tampak beberapa konstelasi posisi yang penting dalam budaya *meme* sebagai berikut: 1) superioritas dan inferioritas, yaitu posisi komedi yang membagi antara mereka yang superior (menertawakan) dan yang inferior (dichertawakan), 2) ketidakseimbangan dan bisosiasi. Arthur Koestler (Setiawan, 1990) dalam teori bisosiasinya mengatakan bahwa hal yang mendasari semua bentuk humor adalah bisosiasi, yaitu mengemukakan dua situasi atau kejadian yang mustahil terjadi sekaligus.

Terhadap dua konstelasi posisi komedi ini, menurut penulis tersimpan relasi posisi kuasa. *Pertama*, berkait dengan dikotomi superior-inferior, *meme* dipakai salah satunya dengan mendukung dikotomi ini. *Meme* tentang debat Capres-cawapres dan kekeliruan Hatta Rajasa soal Kalpataru yang dikoreksi oleh Jusuf Kalla, dichertawakan dan dibuat dalam psikologi politik superior. Kalla, yang mengoreksi, berada di atas Hatta, yang dikoreksi.

*Kedua*, *meme* juga memungkinkan dikerjakannya teknik bisosiasi dengan menabrakkan dua situasi mustahil sekaligus. *Meme* tentang pelarian Prabowo dapat dijadikan contoh sempurna untuk menunjuk bagaimana paradoks antara tokoh Dwayne Johnson ditabrakkan dengan Prabowo lewat dialog. Upaya ini lebih dari sekedar *mismatch*, melainkan disengaja untuk menciptakan komedi-*satire* dalam pencitraan politik Prabowo. Strategi paradoksal dalam teks *meme* adalah salah satu hal penting yang mendasari dipakainya

*meme* sebagai medium pesan politik.

Fuad Hasan dalam tulisan *Humor dan Kepribadian* (1981) membagi humor dalam dua kelompok besar, yaitu: 1) humor pada dasarnya berupa tindakan agresif yang dimaksudkan untuk melakukan degradasi terhadap seseorang, dan 2) humor adalah tindakan untuk melampiaskan perasaan tertekan melalui cara yang ringan dan dapat dimengerti akibat kendornya ketegangan jiwa. Kedua tipologi ini, uniknya, juga terdapat pada bagaimana *meme* politik Indonesia berlangsung. Ada sebuah olok-olok agresif dan degradasi atas individu politik tertentu, sekaligus di sana ada upaya eskapisme psikologi politik yang penuh rasa kecewa dan tertekan lewat teks-teks *meme*.

Melalui corak dan praktiknya tersebut, maka *meme* dekat dengan imajinasi tekstual, yang oleh Steven Heller (1981) disebut sebagai *graphic satire*, istilah untuk menandai gambar yang berbau *satire*. Karya *graphic satire* tidak selalu lucu tetapi bisa sangat serius. *Graphic satire* memiliki pengertian sebagai karya *satire* yang dikemas dalam bentuk visual dan tidak mempermasalahkan berbagai ekspresi visual yang mungkin berbeda-beda. Berangkat dari pengertian tersebut, Heller (1981) menjelaskan beberapa teknik pengungkapan sebuah *graphic satire*, yaitu: 1) *in concreli*, yakni teknik pengungkapan dengan menggunakan pengkajian yang ganjil, aneh, dan *absurd*. Teknik ini melecehkan logika waktu dan tempat; 2) *Distortion*, yakni teknik yang melebih-lebihkan atau hiperbola. Teknik



ini membuat deformasi pada satu karakter atau keadaan tertentu; 3) *Contrast*, yakni teknik yang menyajikan hal-hal yang berlawanan, paradoks, maupun ironi; 4) *Indirection*, yakni teknik penyajian dengan menggunakan simbol-simbol, idiom, metafora, parodi, atau utopia; 5) *Surprise*, yakni teknik penggunaan logika yang tidak terduga dan mengejutkan.

*Meme* memiliki kelebihan karena ia tidak sekedar berhenti pada rantai produksi dan konsumsi teks, melainkan juga reproduksi berkali-kali atas gambar atau foto *slide* yang sama, dengan teks yang berbeda-beda (Wiggins & Bowers, 2014). Melalui media gambar *satire* inilah, kritik diutarakan dengan cara yang sangat ringan namun tetap tajam menyorot fenomena tertentu yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

### ***Meme Culture & Gerakan Dunia Virtual***

Melalui pemanfaatan momentum *meme culture*, publik dalam ruang *virtual* harus dibayangkan sebagai “agen”, aktor aktif yang kreatif menciptakan sekaligus memodifikasi makna secara radikal. *Meme* bukanlah aksi meniru dan memindahkan konteks riil pada realitas visual, melainkan menciptakan secara kreatif-estetik dengan makna yang baru, bahkan lebih-lebih “membelokkan” makna yang lama.

Di dalam *meme culture* tidak dibutuhkan kedalaman argumentasi. Bahkan, lebih jauh lagi, tidak diperlukan rasionalitas, logika, dan kerapian pikiran untuk mendesain sebuah pesan. Teks tidak lagi dicipta dengan ukuran kedalaman.

Logika dan rasio teks justru dibalik dan dipertukarkan sehingga yang tertinggal di sana adalah sebuah anomali, paradoks, *olok-olok*, dan cemooh. Peristiwa kreatif ini khas sehingga bagi penulis dapat pula disebut sebagai peristiwa khas *new media* atau media baru. Teks dalam *meme* terkadang dicipta dengan menerobos peraturan informal seperti kejelasan pesan. Seperti tampak pada contoh *meme* dengan tema “pelarian Prabowo”, terjadi justifikasi tekstual dengan menuduh bahwa Prabowo “lari”, sementara publik mengerti bahwa selama ini Prabowo tak hanya menghindari kata “lari”, melainkan juga menolak seluruh klaim yang menyatakan bahwa ia pergi ke luar negeri untuk mengamankan diri. Justifikasi tekstual ini seolah ingin menawarkan versi lain dari sebuah kejadian dalam sejarah politik Indonesia. Terkait hal ini penulis melihat pula jika sebuah justifikasi dengan nilai dan bobot seserius itu adalah bagian tak terpisahkan dari pikiran dan gerakan politik dalam dunia *virtual* dewasa ini di Indonesia.

Sebelumnya banyak dikemukakan jika partisipasi publik pada media baru meningkat karena didorong oleh kemampuan kloning identitas dalam wujud anonim. Lewat teknik anonimitas inilah semua *netizen* dapat berbicara apa pun tanpa diketahui identitasnya. Anonimitas ini merevisi semua definisi awam tentang apa itu gerakan. Melalui anonimitas, gerakan politik *virtual* mendapatkan bentuknya yang *subtil* sekaligus cair. Oleh karena itu, maju dengan gagah berani dalam menawarkan versi-versi lain dari sejarah

yang seringkali ditolak. Persoalannya, bagaimana menjelaskan perpindahan dari unit individu (baik yang anonim maupun riil) menuju fanatisme politik dalam *meme culture*? Bagaimana menjelaskannya dalam konteks pertarungan antar *meme* dan permainan teks politik yang terjadi di dunia virtual? Jawaban atas pertanyaan ini akan penulis bagi menjadi beberapa bagian.

*Pertama*, keberanian itu mengemuka dan menjadi sangat menarik dibahas karena isu yang sedang dihadapi adalah isu politik. Di dalam politik, kontestasi Pemilu adalah kontestasi yang mengalami perluasan dari persaingan elit menjadi persaingan publik. Persaingan publik ini merujuk pada formasi voluntaristik dan fanatisme politik, sehingga semua teks yang menentang kontestan yang satu akan segera dibalas, bukan oleh elit yang bersangkutan, tetapi justru oleh simpatisan-*volunteer*.

*Kedua*, semangat dan keterlibatan yang *intens* dari publik atas peristiwa politik membutuhkan publisitas. Di titik ini, media sosial mendapatkan relevansinya sebagai “panggung pertemuan” lalu lintas teks politik. Simbiosis antara media sosial (yang terbuka, egaliter sekaligus bebas) dan teks politik (yang mengundang fanatisme kelompok, simpatisan, serta voluntarisme) telah memungkinkan tumbuhnya *meme culture*.

*Ketiga*, *meme culture* juga merupakan antitesis dari oligarki media. Jika pada media konvensional seperti televisi, surat kabar, dan radio senantiasa dikepung keraguan objektivitasnya karena isu oligarki, maka pada internet oligarki itu

bersifat terbatas. Kendati beberapa portal berita *online* dimiliki oleh segelintir orang, tetapi media baru telah menyediakan ekspansi ruang yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada portal berita, dalam menciptakan, menghimpun, dan sekaligus membagi informasi. *Meme* adalah strategi alternatif dari diseminasi ide dan informasi yang secara kreatif membebaskan dirinya dari kepegungan oligarki media.

*Meme culture* tak dapat dilihat sekedar sebagai seni, melainkan juga strategi *virtual* dalam *satire* politik, yang tak pernah mampu dikerjakan secara riil. Dikotomi antara realitas *online/offline* adalah alasan mengapa terjadi sikap yang berbeda antara satu individu yang sama ketika di dunia maya dan ketika di dunia riil. Kritik dan *satire* tajam sebagaimana ditunjukkan lewat *meme* hampir tak bisa dibayangkan dapat disampaikan secara langsung dan terbuka di forum publik riil. Sementara itu, konfidensi ekspresi politik justru muncul di dunia maya, bahkan secara kreatif mengalami peningkatan intensitas melalui strategi *virtual meme* politik. Jika *meme* merupakan strategi, maka ia menjadi metode subversi atau penggugatan atas makna dalam realitas politik. Kesengajaan dalam penambahan *meme* dalam konteks ini menjadi strategi publik untuk melakukan perlawanan simbolik.

### ***Meme & Desentralisasi Kuasa***

#### **Desentralisasi: Teknis & Politis**

Desentralisasi teknologi media adalah poin besar berikutnya yang ingin penulis ajukan untuk menjelaskan menguatnya

*meme culture* dalam konteks politik Indonesia. Pada bagian ini dipaparkan dua pandangan mengenai desentralisasi, dari penjelasan peristiwa yang sangat teknis hingga kontekstualisasi konsep desentralisasi dalam ranah Indonesia secara politis.

Secara teknis, model teknologi jaringan yang terdesentralisasi adalah model dalam mana suatu keahlian teknis dari produksi dan konsumsi pesan sepenuhnya didistribusikan secara swakelola kepada masing-masing individu ahli. Di dalam model teknologi dengan logika seperti ini seluruh sistem komunikasi didesain menjadi sistem *multi-agent* di mana siapa pun tidak dibatasi dalam menciptakan perangkat lunak, memproduksi pesan, mengelola lalu lintas pesan, dan sebagainya. Persis di sini media internet berkedudukan sebagai konteks ruang dalam budaya *meme*.

Sementara itu sistem teknologi sentralistik dinilai lebih rentan terhadap fluktuasi, kurang mampu beradaptasi dengan perubahan situasional, dan sering membutuhkan investasi bermodal besar untuk menyediakan infrastruktur pendukungnya. Sebaliknya, sistem desentralisasi cenderung lebih fleksibel, mampu beradaptasi, dan dapat mengambil keuntungan dari produksi dan penggunaan media teknologi secara massal sekaligus murah dan mudah diakses. Alasan-alasan teknis ini membuat sistem desentralisasi internet beroperasi secara lebih efisien (Barabasi & Reka, 1999).

Ada empat alasan fundamental mengapa medium internet jauh lebih leluasa

sekaligus lentur dalam mendiseminasikan pesan (Baran, 1964). *Pertama*, sistem tersentral dalam media-media konvensional seringkali menimbun informasi. Ia tidak mampu memberi daya untuk melakukan pembagian informasi dan pesan, sehingga itu berarti pula ia membatasi akses informasi. Siapa pun mungkin bisa mengakses televisi dan radio, tetapi mereka dibatasi dalam memproduksi pesan dan informasinya. *Kedua*, sistem tersentral membatasi pengambilan keputusan dan kemandirian dalam berimprovisasi. Operator komunikasi terpusat secara oligarkis, sehingga titik kendali pesan dibatasi. Penyiar dalam radio dan televisi adalah “tuhan kedua”, merekalah yang “menguasai” dan mengelola pesan, bukan *audiens*. *Ketiga*, ketakutan pada risiko kegagalan teknis. Sistem tersentral mengandalkan asumsi utama bahwa sistem adalah pusat komunikasi, ia harus dikelola pula secara terpusat. Membagi pengelolaan dan produksi pesan/informasi hanya akan menciptakan peluang kegagalan/kerusakan teknis. *Keempat*, miskin inovasi. Sentralisme komunikasi tidak menciptakan kebaruan, atau sekali pun ada, kebaruan itu bergerak lambat dan lama.

Sekali pun kini publik merayakan kebebasan dalam fenomena permainan teks *virtual* melalui budaya *meme*, ada resiko-resiko teknis --yang kemudian bisa menjadi sangat politis- yang mungkin akan menimpa. Secara teknis, sistem terdesentralisasi media baru mengalami kelemahan, terutama dari risiko besar kegagalan *server* dalam mengendalikan anarki pesan, karena tiap

individu atau *user* diberi kesempatan yang sama dalam berpartisipasi. Membanjirnya lalu lintas pesan politik adalah indikasi bagaimana partisipasi itu meruap. Kini, dapat dibayangkan bagaimana protokol didistribusikan lewat *server* yang berbeda sebagai suatu simpul dan dijalankan oleh perusahaan *hosting* yang berbeda, dan pada masing-masing simpul ini dapat digunakan untuk menyimpan banyak *account*.

Konsepsi desentralisasi jaringan tidak mungkin dijelaskan tanpa melakukan tarikan historis atas kemunculan jaringan, serta bagaimana ia didesentralisasikan. Sejak teknologi komputer pertama kali ditemukan pada awal dekade '50 untuk sensus data di Amerika Serikat, kemunculan jaringan baru terjadi ketika project ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) diluncurkan pada tahun 1960. Program ini ditujukan untuk sebuah eksperimen dan demonstrasi desentralisasi jaringan komputer yang akhirnya berkembang menjadi struktur dari internet. Tujuan awalnya memperbaharui alat pertahanan untuk menghadapi musuh yang bisa mengancam untuk menyerang jaringan yang terpusat (Goldsmith & Wu, 2006).

Titik perkembangan selanjutnya adalah dimunculkannya P2P (*Peer-to-Peer*) yang pertama kali diluncurkan dan dipopulerkan oleh aplikasi-aplikasi “berbagi-berkas” (*file sharing*) seperti *Napster*. Pada konteks ini teknologi P2P memungkinkan para pengguna untuk berbagi, mencari, dan mengunduh berkas (Poplawski, 2008). Sistem ini memungkinkan satu komputer dengan komputer lain untuk

saling berhubungan secara dinamis dan berpartisipasi dalam mengarahkan lalu lintas komunikasi informasi, pemrosesan, dan pembagian *bandwidth* yang intensif, di mana bila sistem ini tidak ada, tugas-tugas ini biasanya diemban oleh *server* pusat (Donath & Boyd, 2004).

Tumbuh kembang jaringan *peer to peer* meluas ketika *Microsoft* merilis sistem operasi *Windows for Workgroups*. Karakteristik kunci jaringan tersebut adalah bahwa dalam jaringan ini tidak terdapat sebuah *server* pusat yang mengatur klien-klien, karena memang setiap komputer bertindak sebagai *server* untuk komputer klien lainnya. Sistem keamanan yang ditawarkan oleh metode ini terbilang lebih rendah dibandingkan dengan metode klien/*server* dan manajemen terhadapnya pun menjadi relatif lebih rumit (Morland, 2005).

Di samping penjelasan teknis, penulis berupaya menerangkan ihwal desentralisasi dari perspektif politis dalam konteks Indonesia, yang pada gilirannya membawa implikasi pada rupa media baru masa kini dan hubungannya dengan dunia politik. Sekurang-kurangnya ada dua ragam desentralisasi dari sudut pandang politis di mana keduanya menyusun dirinya berdasarkan urutan waktu dan kerumitan teknologi yang bertambah. Pada lapis pertama, desentralisasi jaringan menerpa dan hanya berhenti pada perkara institusi media. Orde Lama dan Orde Baru menerapkan logika monolitik atas tatakelola media, dengan cara menempatkan TVRI sebagai satu-satunya media yang diakui dan diturut. Tumbuhnya media lain

hanya boleh menawarkan sesuatu yang sifatnya perifer, tepian, dengan tetap menghormati negara dan mediana, TVRI, sebagai sentral. Upaya pembaharuan politik pada 1998 membawa serta dekonstruksi atas sentralisasi. Kekuasaan negara *dipreteli*, termasuk dalam ranah media. Pembentukan institusi media menjadi *luwes* dan menafikan semua peraturan represif seperti SIT, SIUPP, dan sebagainya.

Namun demikian, pada lapis pertama ini, desentralisasi kuasa media berhenti pada level institusional. Artinya, kuasa hanya turun dan dibagi pada lembaga per lembaga, bukan individu per individu. Sentralistis TVRI dibagi ke stasiun/institusi media lain seperti RCTI, SCTV, dan lainnya. Posisi ini tidak menguntungkan dan baru di kemudian hari publik melihat jika oligarki TVRI hanya berpindah letak saja, tidak hilang.

Pada lapis kedua, dipicu oleh gelombang besar revolusi media baru dan rekontekstualisasi media berjejaring sosial, desentralisasi kuasa sampai pada tataran individu. Teknologi dengan basis media komputer membawa konsekuensi meningkatnya hubungan antara individu dan media, sekaligus membebaskan batasan siapa produsen dan siapa konsumen.

Desentralisasi jaringan juga berada pada konteks yang melingkupi transformasi masyarakat dari analog ke digital. Itu berarti terjadi pula metamorfosa atas transmisi informasi, yang secara radikal berubah menjadi pertukaran informasi yang bebas, yang hampir memberikan dilema atas privasi, kekayaan intelektual,

dan sebagainya (Cardoso, 2006). Dilema-dilema itu dibawa hingga pada bentuknya yang paling parsial, termasuk dalam budaya *meme*. Mekanisme media sosial yang serba berbagi pesan, membuat pesan dan teks itu sendiri tak lagi punya privasi. Segalanya dapat dibagi, di-*retweet*, dan/atau di-*forward*.

Distribusi informasi yang dimengerti secara konvensional, terlepas dari konteks desentralisasi jaringan, adalah hasil adopsi dari pencetakan yang bermula di akhir abad ke lima belas dan terus berkembang sampai akhir abad dua puluh. Informasi dipahami sebagai artefak fisik yang memerlukan persyaratan finansial untuk membuat, memindahkan, dan menjualnya. Berangkat dari sinilah ide tentang hak kekayaan intelektual lahir. Ia datang bersamaan dengan hitung-menghitung biaya distribusi informasi, angka-angka biaya untuk menutup ongkos produksi, dan *fee* untuk menjual artefak fisik yang mengandung informasi.

Moralitas ekonomi yang lahir dari teknologi percetakan ini dapat dimaklumi karena belum ada banyak alternatif. Selain itu, logika distribusi terbatas pasti mengakibatkan eksklusivitas atas beberapa orang yang menguasai informasi. Informasi dengan segera tersentralisasi kepada beberapa aktor dan akan dianggap sebagai salah satu bentuk properti yang dihargai secara komersial. Karena informasi dihargai sebagai properti, maka sang pencipta informasi harus turut menikmati hasil dari properti yang sudah dibeli dan dimanfaatkan.

Ketika riwayat sentralisme ini dihapus oleh desentralisasi yang dibawa oleh teknologi internet, apa yang diakui sebagai properti informasi dan lazim diperjualbelikan, luluh lantak oleh segala situs-situs berbagi yang luar biasa banyaknya. Problem teoretik pun bergeser, dari “siapa yang berhak memutuskan konten media?” menjadi “apa saja yang akan dibagi?”. Problem atas *authority* yang ada dalam logika sentralisme tidak lagi menjadi penting di mata logika desentralisasi.

Mengikuti layanan sentralistis, preferensi konten dibuat dan didesain oleh operator yang secara sekaligus mengambil peran sebagai “*gatekeeper*”, seperti editor koran yang memutuskan mana berita layak muat, penerbitan yang memutuskan naskah mana yang ideal untuk mencetak buku, eksekutif TV dan radio yang memutuskan mana program yang layak mengudara, dan sejenisnya. Model *gatekeeper* ini kontras dengan model desentralisasi, di mana pengguna sendirilah yang memutuskan apa informasi yang dibagi atau dibuat serta informasi apa untuk dikonsumsi.

Desentralisasi jaringan pun secara teknis membawa serta desentralisasi kuasa. Ini karena telah terjadi pergeseran atas kewenangan individual dalam mengelola komunikasi, lalu-lintasnya, maupun produksi, distribusi, dan konsumsi pesannya. Ada sekurangnya dua alasan teknis dari pergeseran kuasa ini. *Pertama*, pengguna dapat membangun dan memulai *server* pribadi. Pengguna mampu mengelola dan mengautentifikasi diri ke *server* pribadi, menggunakan kode pribadi atau *password*,

pengenalan suara, *scan* iris mata, atau apa pun yang pengguna suka. Hal semacam ini sama sekali tidak masalah karena pengguna tidak perlu bergantung secara fisik ke *server* lain. *Kedua*, dari *server* pribadi itu, dapat diciptakan aplikasi yang ingin dibuat atau digunakan. *Server* pribadi mengirimkan pesan, yang merupakan permintaan untuk sesi aplikasi, ke *server* aplikasi (Kumar, Novak & Tomkins, 2006).

### **Varian Meme**

Mengapa tak ada dalam buku, sinema, atau karya lainnya dari individu lain yang mampu memberi gema pesan yang sama radikalnya dengan *meme*? Apakah ini persoalan momentum? Apakah tarikan historis tak dapat dinafikan dalam menjawab mengapa teks-teks radikal, *satire*, cemooh, dan sindiran ditampilkan dalam *meme* saat ini?

Metamorfosa penting dari publik menjadi masyarakat politik dan menjadikan *new media* sebagai “infrastruktur politik” yang memediasi seluruh kepentingan, diskursus, dan pesan atau aspirasi politik publik. Tepat di sini mencuat apa yang disebut sebagai voluntarisme politik. Bagi penulis, ada hubungan erat antara voluntarisme, *meme culture*, dan Pemilu 2014.

Tarikan historis tentang apatisisme dapat terlacak mudah lewat respon masyarakat sipil dan catatan politik represif Orde Baru. Tetapi lacakan atas voluntarisme, gejala kemunculannya, dan hubungannya dengan media baru tidak mudah diidentifikasi. Kita merasa bahwa riuh rendah para *volunteer*

mengisi ruang publik media secara mendadak. Tidak ada organisasi resmi yang terikat dengan partai atau elit, tak ada garis komando struktural, atau anggaran dasar yang bisa dikenali. Gejalanya muncul tanpa peringatan, kreatif, dan spontan.

Akan tetapi ada satu ciri mencolok yang membedakannya dari gerakan politik lain yakni non-elit. Elitisme adalah antitesa dari voluntarisme terutama karena watak yang pertama didasarkan pada kepentingan materiil politik sehingga desain gerakannya cenderung pragmatis, sementara watak yang kedua justru berkebalikan total. Corak non-elitis ini kongruen dengan karakteristik dasar media baru, yakni egaliter. Titik temu antara egalitarianisme media baru dan non-elitisme voluntaris otomatis membangun iklim pertukaran makna yang sangat ideal. *Meme culture* adalah implikasi logis dari titik temu tersebut.

Di dalam konteks media sosial internet, diskursus yang dibawa oleh *meme* otomatis tervalidasi pasca *meme* tersebut didiseminasikan, di-*retweet*, dikomentari, atau diberi respon lainnya. Secara *visual*, konteks dalam foto-foto *meme* dapat dicabut dan diganti dengan konteks yang baru. Duplikasi foto telah menyebabkan terjadinya re-kontekstualisasi dengan penambahan teks-teks dan pesan-pesan baru.

Belum adanya batas jelas dalam regulasi pemerintah dan ikatan etika yang diatur secara nyata dan luas di kalangan masyarakat dan para pengguna dunia siber, membuat setiap orang yang menggunakan teknologi informasi enggan mendengar, apalagi mematuhi jargon-jargon etis.

Sehingga saat bicara mengenai etika siber, tak ada istilah yang bertindak sebagai pengatur dan tak ada pula yang berposisi sebagai yang diatur. Dimensi subjek-objek ditinggalkan oleh karena tak ada peninjau atau pengawas etika, sesuatu yang boleh jadi sangat normal ditemui dalam lingkup riil (Caldow,2004).

Pemerintah sebetulnya sudah bersiap dalam menyambut gelombang besar demokrasi *online*. Usaha untuk mendorong seluruh instansi negara agar memiliki forum dan *website* sendiri adalah salah satu upaya yang patut dihargai, kendati perkembangannya masih jauh dari harapan. Negara berupaya merespon pertumbuhan signifikan teknologi informasi. Sejak tahun 2008, tanda-tanda menguatnya adopsi teknologi sudah dapat dilihat sebagai perkembangan yang terlampau pesat. Pada tahun itu, pertumbuhan telepon seluler mengalami pertumbuhan paling tajam. Tahun 2007 pemilik telepon seluler 93,39 juta (41,35%), tahun 2008 mencapai angka 124,81 juta (54,61%). Peningkatan angka ini sangat penting karena berhubungan langsung dengan pertumbuhan akses atas informasi.

Selain itu, peningkatan tersebut juga didorong oleh semakin turunnya tarif internet di Indonesia. Pertumbuhan TIK dan penurunan tarif internet ini berdampak positif bagi masyarakat sebagai pengguna internet. Berdasarkan laporan *Internet World Stats*, pengguna internet di Indonesia semakin berkembang mencapai 10,50% dari jumlah penduduk Indonesia, meskipun masih di bawah negara tetangga, seperti

Malaysia (62,80%), Singapura (67,40%), Thailand (20,50%), Filipina (14,60%), dan Brunei Darussalam (46,20%) (Internet World Stats, 2011).

Fenomena di atas direspon secara beramai-ramai bukan hanya oleh lembaga-lembaga negara (eksekutif, yudikatif, dan legislatif), melainkan juga oleh partai-partai politik untuk penetrasi informasi politik sekaligus membuka peluang kepada masyarakat untuk berinteraksi dengan lembaga-lembaga pemerintah melalui web site yang mereka bangun. Kalau ingin berprasangka baik, kondisi ini membantu peningkatan legitimasi lembaga-lembaga pemerintah dan partai politik. Prasangka buruknya, berisiko mencemari dinamika ruang diskusi maya dengan segala teknik pencitraan dan penetrasi politik.

Negara bahkan lebih jauh membuat Instruksi Presiden RI Nomor 6 Tahun 2001 tentang Inisiatif *e-Government* dan dipertegas dengan Instruksi Presiden RI Nomor 3 Tahun 2003. Tindak lanjut dari kedua Instruksi Presiden tersebut adalah masing-masing daerah tingkat 1 dan 2 telah membangun *website* sebagai respon sekaligus langkah awal.

## SIMPULAN

Penulis melihat bahwa *meme culture* merupakan *gejala* yang sangat baru dalam konteks media Indonesia. Oleh karenanya, ia merupakan respon baru dari audiens/*user* atas peristiwa-peristiwa politik nasional. Ini membuktikan sekaligus menguatkan tiga hal. *Pertama*, media baru adalah konteks strategis yang menjadi arena pertarungan

politik berjalan lewat permainan teks *meme*. *Meme* dilihat bukan sebagai teks yang diam, pasif, dan selesai begitu ia diproduksi. Sebaliknya, ia adalah strategi yang dinamis dan bergerak, didiseminasikan dengan jangkauan tanpa batas dan mempermainkan formalitas politik lewat komedi-*satire*.

*Kedua*, *meme culture* dibentuk dari -dan berpusat- pada kreativitas politik unit individu. Basis kreativitas visual ini membuatnya sangat sulit untuk ditebak dan diramalkan, serta menyulitkan siapa pun untuk membatasi persebarannya. Akibatnya, gambaran politik di dunia maya menjadi imajinasi yang tidak ada batasnya. Komedi-*satire* mampu menjangkau dan merespon peristiwa politik dengan cara yang tidak terduga.

*Ketiga*, *meme culture* juga harus dilihat sebagai gerakan politik, meski dalam wilayah *virtual*. *Meme* dibuat sebagai respon alternatif dari semua saluran kritik dan protes atas elit politik. Apatisme politik seringkali tidak diimbangi dengan partisipasi dan pemaparan sikap publik atas apa dan bagaimana politik hari ini. *Meme* memperjelas sikap itu, entah kritik entah dukungan atas data dan peristiwa politik. Kebuntuan respon konvensional seperti demonstrasi yang kehilangan perhatian publik, dijawab oleh *meme* dengan cara yang lebih populis karena memanfaatkan popularitas dan kosmopolitanisme media baru.

## DAFTAR RUJUKAN

- Barabasi, A. L. & Reka, A. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science*, 286(5439), 509-512.



- Baran, P. (1964). *On distributed communications: Introduction to distributed communications networks*. Santa Monica California, CA: The Rand Corporation.
- Berger, P. L. (1997). *Redeeming laughter: Comic dimension of human experience*. Berlin, Jerman: Walter de Gruyter & Co.
- Brunello, J. (2012). *Internet-memes and everyday-creativity: Agency, sociability and the aesthetics of postmodernism*. Thesis. University of California, Los Angeles, United States of America.
- Caldow, J. (2004). *E-Democracy: Putting down global roots*. Washington: Institute for Electronic Government IBM.
- Cardoso, G. (2006). *The media in the network society: Browsing, news, filters and citizenship*. Lisboa, Portugal: CIES – Centre for Research and Studies in Sociology.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. New York, NY: Oxford University Press.
- Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Goldsmith, J. & Wu, T. (2006). *Who controls the internet? Illusions of a borderless world*. New York, NY: Oxford University Press.
- Heller, S. (1981). *Man bites man: Two decades of satiric art*. New York, NY: A&W Publishers.
- Hasan, F. (1981, 20 April). Humor dan kepribadian. *Kompas*, h. 6.
- Kumar, R., Novak, J. & Tomkins, A. (2006). *Structure and evolution of online social networks*. In KDD '06: Proceedings of the 12th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining, 611–617.
- Morland, M. P. (2005). *Redefining accountability in a network society*. Santa Clara University.
- Nugroho, Y. (2011). *Opening the black box: The adoption of innovations in the voluntary organisations*. Manchester Business School Working Paper, Number 576, <http://www.mbs.ac.uk/research/workingpapers/2>
- Poplawski, L. J. (2008). *Bounded Budget Connection (BBC) games or how to make friends and influence people on a Budget*. < [http://www.ccs.neu.edu/home/ljp/podc\\_presentation.pdf](http://www.ccs.neu.edu/home/ljp/podc_presentation.pdf)>
- Sen, K. & Hill, D.T. (2000). *Media, culture and politics in Indonesia*. Melbourne, Australia: Oxford University Press.
- Setiawan, A. (1990, Th III). Teori humor. *Majalah Astaga*, h. 34-35.
- Wiggins, B.E. & Bowers, G.B. (2014). *Memes as genre: A structural analysis of the memescape*. < <http://nms.sagepub.com/content/early/2014/05/23/1461444814535194>>