

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Humor memiliki peranan yang cukup penting dalam kehidupan manusia. Hal itu disebabkan karena seseorang harus mengurangi ketegangan fisiologis dari waktu ke waktu (Berlyne, 1972; Meyer, 2000). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sendiri, humor diartikan sebagai sesuatu yang lucu, mempunyai rasa, dan menggelitik hati. Sedangkan menurut beberapa ahli, humor timbul karena dalam diri kita ada pertentangan antara rasa ingin ‘main-main’ dan ‘keseriusan’ serta ‘kegembiraan yang meledak-ledak’ dan ‘kesedihan yang berlebihan’ (Hakim, 2002, p.1). Namun lebih dari itu, secara komunikasi, humor difokuskan pada fungsi humor yang lebih spesifik dalam konteks sosial yang lebih sempit. Seperti untuk menggoda, melepas jenuh, menarik perhatian, dan tujuan persuasi (Lynch, 2002, p.431). Kelucuan atau "humor" juga berlaku bagi seluruh manusia normal, dengan tujuan untuk menghibur, karena "hiburan" merupakan kebutuhan mutlak bagi manusia untuk ketahanan diri dalam proses pertahanan hidupnya (Widjaja, 1993, p.98) . Dengan demikian, keberadaan humor sebagai sarana hiburan sangat penting. Sebab humor dapat tampil mantap sebagai penyegar pikiran dan sekaligus sebagai penyejuk batin, dan penyalur uneg-uneg (Pramono, 1983). Oleh sebab itu, dalam penulisan ini teknik – teknik humor menjadi hal penting untuk diteliti dan dianalisis.

Dengan mengerti dan menyadari hal-hal di atas, dapat disimpulkan bahwa humor memiliki suatu potensi penting. Karena humor dapat dijadikan suatu bahan untuk dikaji sebagai semacam "ilmu". Menurut Fuad Hassan dalam artikelnya yang ditulis di harian Kompas pada tanggal 20 April 2012 (p.6), ia menuliskan semakin kritis suatu masyarakat, maka semakin tinggi pula permintaan mereka akan humor. Dimensi keseriusan humor itu sendiri tampak pada penekanan syarat "intelektual" bagi pelaku atau penikmatnya (Manser, 1989). Oleh sebab itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Lynch (2002) yang berjudul *Humorous Communication : Finding a Place For Humor In Communication*, menyebutkan tiga teori utama yang luas dan saling bersaing untuk menjelaskan mengapa kita

menggunakan humor, yaitu *to express superiority, to relieve tension, to make sense of incongruity*.

Berbeda dengan penelitian dalam kajian Ilmu Komunikasi sebelumnya yang telah berhasil meneliti teknik humor dalam program televisi dan film yang merupakan subjek audiovisual, dalam penelitian kali ini peneliti mencoba melakukan analisis teknik humor pada sebuah subjek visual, yaitu *meme* gambar yang ada di media sosial. Hal ini dilakukan peneliti dengan melihat fenomena *meme* yang sedang menjadi sebuah budaya baru dalam cara berkomunikasi di media sosial.

Meme adalah sebuah fenomena baru dalam dunia maya yang berbentuk ide dan tertuang dalam bentuk wacana, yang tersebar di dunia maya melalui sosial media. Kata *meme* berasal dari bahasa Yunani mimesis yang artinya meniru atau mimikri (Dawkins, 1976, p.192). Menurut David Bennahum dalam jurnal "*First Monday*, Volume 4, Number 10 - 4 October 1999" yang ditulis oleh Stephen Downes, mendefinisikan *meme* jaringan maya sebagai "Ide yang mudah sekali menular dan menyebar seperti virus, disebarkan dari satu orang ke orang lain. *Meme* berfungsi layaknya gen dan virus, yakni menyebar melalui jaringan komunikasi dan secara tatap muka antar manusia" ("*Contagious idea that replicates like a virus, passed on from mind to mind. Memes function the same way genes and viruses do, propagating through communication networks and face-to-face contact between people*".) *Meme* termasuk hal baru dalam wacana, karenanya belum ditemukan buku teori mengenai *meme* internet. Belum ada juga padanan kata yang resmi dalam bahasa Indonesia, sehingga masyarakat Indonesia cenderung mengucapkan kata *meme* dengan pengucapan [*meme*].

Meme yang tersebar melalui internet dapat berisikan hal yang lucu, unik, kritik, sindiran yang terkadang dapat terkesan kasar dan vulgar. Hal tersebut dapat diketahui dengan mengetik kata *meme* dan memilih pilihan gambar atau *picture* pada Google, maka akan tampil berbagai macam *meme* dengan idenya masing-masing. Ide yang terdapat dalam sebuah *meme* sendiri, dapat berupa kegiatan, kejadian, atau tuturan yang menarik. Sifat menarik inilah yang membuat ide tersebut mudah tersebar secara viral di dunia maya dan menjadi internet *meme*. Bentuk dari *meme* sendiri dapat berupa video, gambar, maupun teks bergambar.

yang ada. Peristiwa ini terus berlangsung, hingga membentuk sebuah siklus atau rantai *repath*. Hal ini membuat semakin banyak orang yang terpengaruh dengan melihat *meme* tersebut dan banyak pula yang mempercayai relevansinya karena banyak orang yang *memposting* gambar tersebut.

Meme yang saat ini banyak menyebar di media sosial, tentu tidak lepas dari kehadiran salah satu media sosial yang sedang populer saat ini, yaitu Instagram. Kehadiran Instagram itu sendiri didukung dengan perkembangan teknologi informasi yang terasa semakin maju, sejalan dengan kemajuan teknologi internet yang sangat luar biasa. Sebagaimana yang dilaporkan oleh *International Telecommunication Union* (ITU) dalam “*Measuring The Information Society Report 2014*,” bahwa jumlah pengguna internet di dunia telah mencapai angka 3 miliar pada akhir tahun 2014 (wearesocial.sg). Sedangkan di Indonesia sendiri, pengguna internet mencapai angka 88,1 juta atau dengan kata lain penetrasi / mengalami kenaikan sebesar 34,9% dari tahun sebelumnya (www.apjii.or.id). Dan tahun ini Indonesia sedang berlomba mengejar target yang ditetapkan oleh *Millennium Development Goals* yang mensyaratkan akses Internet di negara berkembang mencapai angka 50% dari total penduduk, dengan jumlah 139 juta pengguna di akhir tahun 2015. (www.dailysocial.net)

Internet pada dasarnya merupakan jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia sebagai pesan elektronik yang termasuk di dalamnya, *email*, transmisi *file*, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer. Menurut Levy, internet adalah sebuah “saluran komunikasi yang tidak terbatas, pembangunan komunikasi, iklan elektronik, dan interaksi yang sangat kompleks yang mengaburkan batas antara penyedia dan konsumen (Levy, 1995, p.58)

Penggunaan internet yang sudah menjadi sebuah “candu” dalam masyarakat ini tentu dapat membuat manusia menjadi lebih variatif dalam melakukan komunikasinya sehari-hari. Internet juga dapat menjadi salah satu media baru atau *new media (the second media age)* yang menandai sebuah periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya media maya akan mengubah masyarakat (Littlejohn, 2009, p.413). Hal ini dapat dilihat dari kemudahan yang diberikan internet kepada penggunanya untuk mengakses

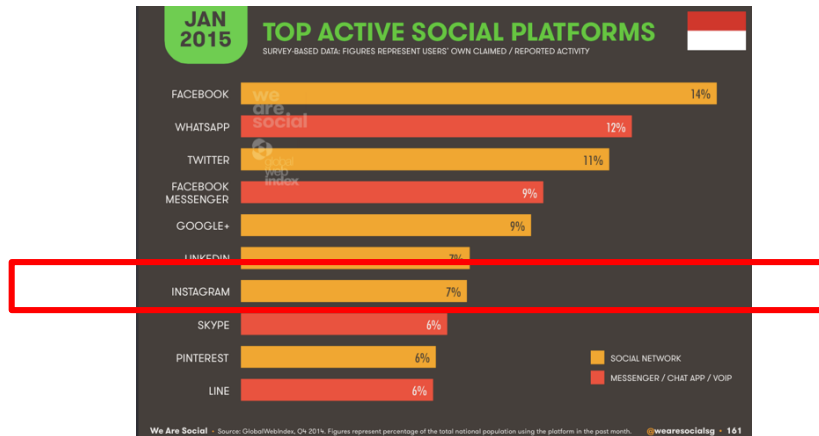
informasi dengan sistem *on-line*. Di mana dalam sistem ini memungkinkan penggunaannya untuk mengakses informasi di manapun dan kapanpun ia berada. Sehingga melalui internet penyebaran wacana dari suatu negara ke negara lain hanya dapat terjadi hanya dalam waktu hitungan detik saja.

Kehadiran internet ini juga mengenalkan kita pada *social media*. *Social media* sendiri dalam bahasa Indonesia disebut dengan media sosial yang merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial berbasis pada teknologi internet ini juga mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, banyak audiens ke banyak audiens (Paramitha, 2011, p.42). Oleh sebab itu, tidak mengherankan bila saat ini media sosial telah memberikan dampak yang besar bagi kehidupan kita. Di mana orang yang “kecil” dapat menjadi “besar” seketika karena media sosial, begitupun sebaliknya orang yang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

Sejarah media sosial diawali pada era 70-an, yang dimulai dengan ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan orang berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun menggugah dan mengunduh perangkat lunak. Semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Teknologi tersebut semakin berkembang di tahun 1995, di mana pada tahun itu lahirlah sebuah web hosting (layanan penyewaan data-data website agar website dapat diakses dari manapun) yang disebut dengan GeoCities. hingga pada tahun 1997 sampai 1999 munculah media sosial pertama yaitu Sixdegree.com dan Classmates.com, yang kemudian disusul dengan munculnya situs untuk membuat blog pribadi yaitu *blogger*. Dan pada tahun 2002, kehadiran Friendster menjadi sebuah sosial media yang sangat booming dan fenomenal, yang kemudian disusul dengan berbagai macam media sosial yang telah kita kenal saat ini. Seperti LinkedIn, Facebook, Twitter, MySpace, Google+, Path, Instagram, dan lain sebagainya.

Instagram yang kini menjadi sangat populer di masyarakat, dapat dibuktikan dari data yang menyebutkan Instagram sebagai salah satu media sosial yang menjadi *Top Active Social Platforms* sampai Januari 2015 di Indonesia. Bukan

hanya itu, jaringan ini juga mengalami pertumbuhan pesat, dengan mendapatkan 50% lebih banyak pengguna dalam waktu kurang dari 9 bulan (wearesocial.sg).



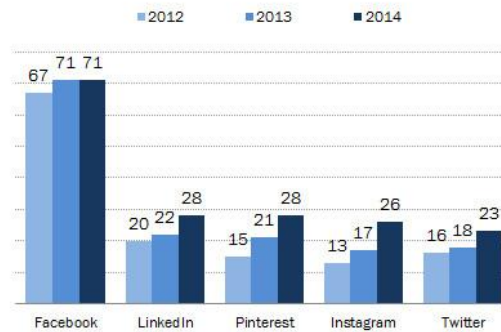
Gambar 1.2 Diagram *Top Active Social Platform* Januari 2015

Sumber : <http://wearesocial.sg/blog/2015/01/digital-social-mobile-2015/>

Instagram juga merupakan salah satu jejaring sosial dengan tingkat perkembangan tertinggi di tahun 2014. Secara khusus di Amerika Serikat, *Pew Research* pun mencatatkan terdapat peningkatan yang tinggi di kalangan para pengguna dewasa. Bahkan saat ini sebanyak 26 persen populasi masyarakat berusia dewasa di Amerika Serikat mempunyai akun Instagram. Jika dibandingkan tahun 2013, terdapat peningkatan sebesar 9 persen. *Pew Research* juga mengamati kalau popularitas Instagram sangat tinggi di pengguna internet berusia antara 18 hingga 29 tahun. Bahkan mereka mengungkapkan kalau sebanyak 53 persen warga Amerika yang termasuk dalam kisaran usia tersebut mempunyai akun di Instagram.

Social media sites, 2012-2014

% of online adults who use the following social media websites, by year



Pew Research Center's Internet Project Surveys, 2012-2014. 2014 data collected September 11-14 & September 18-21, 2014. N=1,597 internet users ages 18+.

PEW RESEARCH CENTER

Gambar 1.3 *Social Media Sites 2012-2014*

Sumber : *Pew Research Center*

Perkembangan Instagram juga didukung dengan kehadiran kamera yang terpasang pada ponsel dan disertai dengan aplikasi pengunggah gambar membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan. Orang dengan mudahnya mengambil gambar melalui kamera ponsel kapanpun dan di manapun mereka suka. Setelah mengambil gambar, orang biasanya tak sabar untuk memposting gambar terbaru yang update lewat media sosial seperti Instagram yang sangat populer di kalangan pengguna ponsel pintar, baik yang berbasis Android maupun iOS.

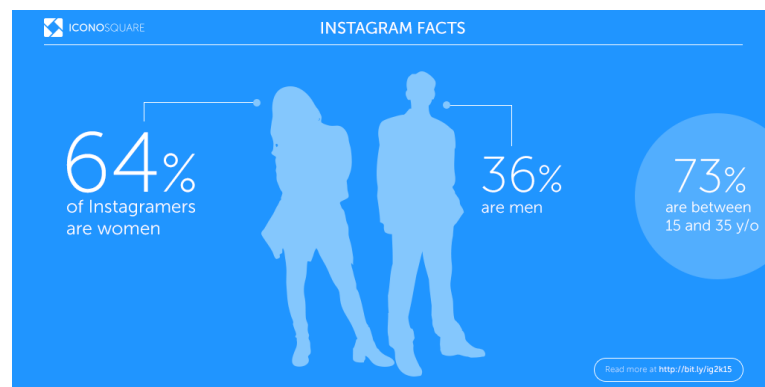
Instagram sendiri merupakan sebuah media sosial yang unik, karena foto yang diunggah melalui aplikasi Instagram akan berbentuk kotak seperti foto yang dihasilkan pada kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal itu berbeda dengan foto yang dihasilkan kamera *mobile* pada umumnya yang mempunyai aspek *ratio* 4:3. Itulah kenapa, setiap foto yang diambil tidak secara langsung lewat Instagram harus dipotong terlebih dahulu sehingga akan berbentuk kotak.

Instagram juga menawarkan berbagai macam fitur yang menarik. Sebut saja, fitur pengambil gambar atau kamera yang terdapat pada Instagram. Tak cuma itu, setelah pengguna mendapatkan gambar kesukaannya, mereka dapat mengedit gambar dengan berbagai macam pilihan opsi filter yang menarik untuk memberikan efek pada gambar. Misalnya, efek *Slumber*, *Crema*, *Ludwig*, *Aden*,

Perpetua, Amaro, Myfair, dan lainnya. Selain itu, ada pula fasilitas lainnya seperti *Contrast, Brightness, Vignette, Tilt Shift, Sharpen, Shadows, Warmth*, dan sebagainya. Setelah gambar diedit, pengguna langsung mengunggahnya untuk dibagikan kepada orang lain lewat Instagram dan dapat pula dihubungkan dengan media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter. Instagram kini telah memuktahirkan versinya pada *platform* iOS dengan v6.4.0 , dan v6.12.0 pada *platform* Android.

Tidak hanya menambahkan filter baru, Instagram juga mengumumkan beberapa fitur ‘kecil’ pada layanan mereka yang akan menambah seru penggunaan aplikasi. Penambahan fitur ini antara lain adalah tampilan ikon di bawah foto yang menampilkan efek *blur* foto secara langsung ketika filter diaplikasikan. Satu lagi adalah penambahan menu *Manage* untuk menyimpan filter-filter favorit yang sering digunakan. (sumber : trenologi.com)

Menurut data yang didapatkan dalam Iconosquare, yang merupakan sebuah *web agency* pertama yang berfokus pada kegiatan analisis dan pemasaran untuk Instagram, ditemukan bahwa 64% pengguna Instagram adalah perempuan, dan 34%nya laki-laki :

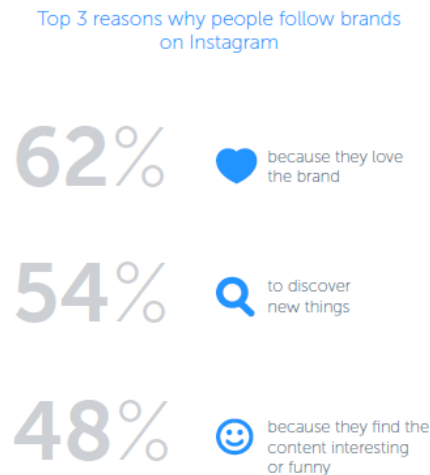


Gambar 1.4 Presentase pengguna Instagram menurut jenis kelamin

Sumber : Iconosquare.com

Dengan berkembangnya media sosial Instagram, maka banyak pengguna akun Instagram yang mulai menggunakan Instagram bukan hanya sebagai media individual, tapi juga sebagai tempat usaha dalam memperkenalkan *brand* maupun berjualan secara online. Adapun 3 alasan tertinggi menjadi pengikut akun

Instagram yang lainnya adalah karena 62% menyukai *brand* yang ditawarkan, 54% mendapatkan hal baru, dan 48% mendapatkan konten yang menarik dan lucu dari akun tersebut. Adapun salah satu, akun Instagram yang memiliki jumlah *followers* terbanyak di Indonesia adalah :Dagelan.



Gambar 1.5 Presentase 3 alasan tertinggi orang mengikuti akun Instagram

Sumber : Iconosquare.com

Pada awalnya akun :Dagelan ini bernama Path_indo yang menampung bercandaan dan humor yang sedang menjadi *trend* dan ramai dibicarakan di media sosial. Seiring berjalan waktu Path_indo mendapatkan respon yang sangat bagus dari user Instagram di Indonesia dengan penambahan *followers* yang pesat. Melihat keadaan itu akhirnya pada bulan Juni 2014 Path_indo memutuskan untuk mengganti nama menjadi :Dagelan. Dengan Nama baru, konsep baru dan memunculkan karakter baru :Dagelan ingin mempertahankan eksistensinya sebagai akun Instagram lelucon/ humor/ *jokes* terbesar dan pertama di Indonesia.

Nama :Dagelan sendiri diambil dari bahasa jawa yang berarti lelucon/ humor dalam bahasa Indonesia. Sekarang ini :Dagelan bukan hanya sekedar akun anonym / *Influencer* dengan komunikasi satu arah, tapi :Dagelan juga mengajak *followers* untuk berbagi konten yang secara tidak langsung. Di mana dalam hal ini, *meme* di :Dagelan dapat di *re-post* dengan mudah oleh akun lain, begitupun :Dagelan yang juga dapat mengambil *meme* dari akun lainnya. Hal ini menjadikan :Dagelan sebagai media dengan konsep *User Generated Content*.

Pengertian UGC (*user generated content*) sebenarnya cukup sederhana, yaitu konten yang dihasilkan dari *user* atau penggunanya sendiri (www.marketing.co.id). Istilah ini sebenarnya mulai terdengar sekitar tahun 2005 saat orang bisa mengakses atau meng-*update* media dan publikasi melalui teknologi baru seperti video digital, *blogging*, foto dari *smartphone* dan wikis. Situs-situs yang populer kini pun banyak mengandalkan UGC untuk selalu menjadi situs yang *up-to-date*. Pemilik situs hanya membuat perbaikan atau perubahan yang dianggap perlu saja. Sementara *update* informasi dan segala interaksi di dalam situs tersebut justru berasal dari partisipasi aktif para penggunanya, sehingga orang selalu dan terus-menerus tertarik untuk mengunjungi situs tersebut.

Selain akun :Dagelan, masih ada beberapa akun Instagram asal Indonesia yang juga dianggap sebagai akun Instagram lelucon/ humor/ *jokes*, seperti “bikinrame”, “rajaparodi”, dan masih banyak lagi. Namun dalam penulisan ini, penulis hanya memfokuskan penulisan pada satu akun Instagram :Dagelan. Adapun alasan memilih :Dagelan disesuaikan dengan data yang didapatkan peneliti, di mana 93% *followers* :Dagelan adalah orang Indonesia, dengan jumlah *followers* mencapai angka 2,4++ juta, dengan kenaikan perhari minimal 10.000 *followers*. Akun ini juga pernah berhasil mendapatkan *likes* terbanyak yang mencapai angka 138k dan *comment* terbanyak yang mencapai angka 18k (per tanggal 1 Desember 2014). Selain itu :Dagelan juga mencatat statistik harian untuk *growth followers*, *likes* dan komen hingga bulan Desember 2014, yaitu 300.697 *followers*, 33.619.523 *likes*, 1.226.456 *comments*, dan 964 *Post*. Data ini tentu dapat membuktikan :Dagelan sebagai akun Instagram lelucon/ humor/ *jokes* terbesar di Indonesia (data media kit&rate card :Dagelan).

Dalam akun Instagram :Dagelan ini, dapat ditemukan berbagai macam bentuk *meme* dengan tema yang beragam. Adapun salah satu tema yang banyak digunakan dalam pembuatan *meme* gambar di akun Instagram :Dagelan adalah tentang *gender*. Tema ini juga digunakan penulis untuk membatasi subjek penelitian terhadap *meme* gambar yang ada di akun Instagram :Dagelan. Tema tersebut dipilih oleh penulis, melihat masih banyaknya persoalan ketimpangan *gender* yang muncul di masyarakat dan digunakan sebagai bahan dalam membuat

meme itu sendiri. Hal itu dapat dilihat dari masih banyaknya kasus kekerasan terhadap perempuan seperti kekerasan dalam rumah tangga (KDRT). Di mana berdasarkan data Komnas Perempuan yang dituliskan dalam Sindonews.com (November, 2014), pada tahun 2012, terdapat sedikitnya ada 8.315 kasus KDRT dalam setahun. Jumlah itu mengalami peningkatan di tahun 2013 yang mencapai 11.719 kasus atau naik 3.404 kasus dari tahun sebelumnya. Selain itu, isu tentang *gender* dapat dilihat pula dari banyaknya kasus pelecehan seksual, kasus tenaga kerja wanita, sampai pada tindakan diskriminasi yang dapat dicontohkan melalui berita tentang Menteri Kelautan dan Perikanan Susi Pudjiastuti yang sedang merokok di atas kapal Barakuda (tempo.co, 13 Februari 2015).

Isu mengenai persoalan *gender* dengan mudah dibuat dalam bentuk *jokes* atau lelucon, yang kemudian disebarakan melalui media sosial, dan dilihat oleh banyak orang. Humor yang dihasilkan dari *meme* gambar tersebut secara sengaja maupun tidak, tentu dapat membentuk sebuah *stereotype*, *violence*, subordinasi, marginalisasi maupun *double burden* di masyarakat.

Gender sering diidentikkan dengan jenis kelamin (*sex*), padahal *gender* berbeda dengan jenis kelamin. Secara etimologis kata '*gender*' berasal dari bahasa Inggris yang berarti 'jenis kelamin' (John M. Echols dan Hassan Shadily, 1983, p.265). Kata '*gender*' bisa diartikan sebagai 'perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dalam hal nilai dan perilaku (Victoria Neufeldt (ed.), 1984, p.561). Sedangkan secara terminologis, '*gender*' bisa didefinisikan sebagai harapan-harapan budaya terhadap laki-laki dan perempuan (Hilary M. Lips, 1993, p.4). Lebih tegas lagi disebutkan dalam *Women's Studies Encyclopedia* bahwa *gender* adalah suatu konsep kultural yang dipakai untuk membedakan peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat (Siti Musdah Mulia, 2004, p.4).

Menurut jurnal tentang "Perang Posisi Mewujudkan Keadilan *Gender*" yang ditulis oleh Badrus Zaman, budaya patriarki merupakan sumber utama di mana ketidakadilan *gender* terhadap perempuan menjadi realitas yang sangat merugikan, baik dalam bentuk *violence*, *stereotype*, *subordinasi*, marginalisasi maupun *double burden*. Budaya patriarki telah mendasari bagaimana relasi sosial yang terbentuk baik dari perspektif "kelas" ataupun yang lainnya menjadikan

posisi dan representasi kehadiran serta kepentingan perempuan mendapatkan perlakuan yang tak setara dibandingkan kaum laki-laki. Narasi besar kondisi patriarkal ini mewujud pada struktur-struktur sosial, politik, ekonomi dan budaya dalam realitas sosial dan telah dilanggengkan secara dominatif maupun hegemonik untuk mempertahankan “kekuasaan” tersebut.



**COWOK PENDIAM ADALAH
COWOK PEMIKIR
CEWEK PENDIAM
BERARTI DIA LAGI NGAMBEK**

Gambar 1.6 Gambar *meme* yang bertema *gender*

Sumber : akun Instagram :Dagelan

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif sebagai metode untuk mendeskripsikan teknik humor dalam *meme* internet yang mengangkat tema *gender* di akun Instagram :Dagelan. Penulis memilih metode analisis isi, karena metode analisis isi dikenal sebagai sebuah metode penelitian yang sistematis, objektif, dan cenderung kuantitatif dengan fokus pada isi pesan di media massa

(Prajarto, p. 4). Selain itu menurut Barelson (Bulaeng, 2004, p.164) analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang objektif, sistematis, dan menggambarkan secara kuantitatif isi pernyataan suatu komunikasi. Tujuan dari analisis isi sendiri adalah untuk mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) yang tampak. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (*trend*) dari suatu isi (Eriyanto, 2010, p.11).

Penelitian analisis isi tentang teknik humor terdahulu yang pernah dilakukan di Universitas Kristen Petra adalah mengenai teknik humor dalam program komedi di televisi swasta nasional Indonesia dan teknik humor pada film Warkop DKI. Kedua penelitian ini menggunakan teknik humor Berger, dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa teknik humor yang paling banyak digunakan adalah *language*. Di mana total *language* untuk program komedi di televisi swasta Indonesia mencapai angka 54%, dengan indikator *language* terbesar adalah *wordplay* (permainan kata). Sedangkan untuk film Warkop DKI total *language* mencapai angka 39%, dengan indikator *language* terbesar adalah *misunderstanding* (kesalah pahaman mengartikan sesuatu). Selain itu, penelitian terdahulu yang juga menjadi panduan peneliti dalam melakukan penelitian ini, adalah penelitian yang berjudul “*Live from New York it’s Saturday Night : The Evolution of Humor as Rhetorical Statement In The 35 Years of Saturday Night Live.*” Penelitian yang menggunakan indikator dari 13 *comic devices* ini menyebutkan bahwa adanya perubahan teknik humor dari *season* pertama dan *season* ke tiga puluh lima, di mana teknik humor yang awalnya digunakan adalah *satire* dan *socially inappropriate humor* kini telah berubah menjadi *parody* dan *invective*.

Penelitian kali ini peneliti mencoba melakukan penelitian analisis isi dengan media yang berbeda, yaitu media internet dengan objek penelitian *meme* gambar yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Peneliti akan melakukan penelitian analisis isi teknik humor yang ada dalam *meme* gambar di akun Instagram :Dagelan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut : Apa saja teknik humor yang digunakan dalam *meme* gambar yang bertema *gender* di akun Instagram :Dagelan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui teknik humor yang digunakan dalam *meme* gambar yang bertema *gender* di akun Instagram :Dagelan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, anantara lain :

1. Manfaat Akademis

Untuk menambah kajian ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan teknik humor dan kajian tentang *meme* internet. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi Program Studi Ilmu Komunikasi, untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan teknik humor di internet.

2. Manfaat Praktis

Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang teknik humor yang terkandung dalam *meme* internet. Di mana kegiatan membuat dan menyebarkan *meme* internet sedang menjadi sebuah fenomena di masyarakat saat ini. Selain itu, penulisan ini juga dapat memberikan informasi kepada orang-orang yang ingin membuat karakter *meme* internet agar nantinya *meme* yang dibuat dapat sukses dan disukai banyak orang.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini diberikan beberapa batasan masalah :

1. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode analisis isi. Metode analisis isi kuantitatif sendiri dipilih untuk mencari tahu teknik-teknik humor terhadap subjek yang ditentukan peneliti.

2. Menggunakan teori *Humorous Communication Theory*, dengan indikator yang didapatkan dari 13 *Comic Devices*, yang terdiri dari *clownis/silly, satire, surprise, logical implausibility, Irony, wordplay, socially inappropriate humor, misunderstanding, parody, invective, gross*.
3. Subjek penelitian adalah *meme* internet dalam bentuk gambar dan tulisan, namun bukan video di akun Instagram :Dagelan, yang memiliki jumlah *followers* terbanyak dibandingkan dengan akun Instagram yang bergenre sama.
4. Tema gambar *meme* dibatasi pada *meme* gambar yang mengangkat tema *gender*, dari tanggal 1 Februari 2015 hingga 30 April 2015, dengan total populasi sebanyak 286 *meme* gambar. Alasan pemilihan tanggal sendiri berdasarkan kondisi terkini / teraktual yang ada di masyarakat (3 bulan terakhir). Selain itu, pemilihan tanggal yang dimulai pada tahun 2015 juga didukung oleh hasil prediksi sebuah perusahaan jasa solusi marketing (*email marketing service*), *Campaigner* yang mengatakan pada tahun 2015 ini, 90 persen informasi di internet dapat ditransmisikan ke otak dengan cara visual dan informasi visual 60.000 kali lebih cepat diproses oleh otak daripada tulisan. *Campaigner* menambahkan bahwa 40 persen orang akan merespons informasi visual lebih baik daripada pesan teks. Dan *meme* merupakan salah satu *trend* berkomunikasi saat ini. (sumber : careernews.id)
5. Batasan untuk *meme* gambar yang dapat dikategorikan mengangkat tema *gender*, adalah *meme* yang secara jelas menyebutkan salah satu sikap, sifat, atau tindakan yang dilakukan oleh laki-laki atau perempuan, yang dipandang sebagai hal yang wajar atau sesuai dengan fakta dalam kehidupan sehari-hari.

1.6 Sistematika Penulisan

1. PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara akademis dan praktis, batasan

penelitian serta sistematika penulisan. Isi dalam bab ini menjelaskan mengenai tujuan dan alasan dari fenomena yang akan diteliti.

2. LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan yang digunakan dalam penelitian ini, nisbah antar konsep, dan kerangka pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi definisi konseptual, definisi operasional, jenis penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, dan uji reliabilitas.

4. ANALISIS DATA

Bab ini berisi gambaran umum subjek penelitian, hasil uji koefisien reliabilitas, temuan data dan analisis data dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang didapat dari temuan dan analisis data serta saran-saran yang bermanfaat setelah melakukan penelitian ini.