

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
INFORMASI BAGI PENYUKA *MEME* PADA AKUN *KNOW
YOUR MEME INDONESIA – UNOFFICIAL***

(Skripsi)

Oleh

Ahmad Faizal
NPM 1616031048



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI PENYUKA *MEME* PADA AKUN *KNOW YOUR MEME INDONESIA – UNOFFICIAL*

Oleh

AHMAD FAIZAL

Karakteristik media sosial yang bersifat maya seringkali menghasilkan fenomena-fenomena yang populer baik dikalangan pengguna media sosial itu sendiri bahkan khalayak luas. Salah satu fenomena yang populer dari media sosial yaitu fenomena *meme*. Munculnya fenomena *meme* di media sosial tentunya tidak lepas dari peran pengguna media sosial itu sendiri dalam melakukan penyebaran informasi terkait *meme*. Salah satu media sosial yang sering menyajikan informasi tentang *meme* adalah akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* hingga saat ini sudah banyak mengunggah konten *meme* untuk menambah informasi *meme* penggunanya. Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana pemanfaatan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* yang dilakukan oleh pengikut akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan informasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada empat informan yang mengikuti akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Hasil dari penelitian ini para pengikut akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* memanfaatkan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dengan cara menyukai, membagikan, dan berkomentar terhadap informasi yang didapatkan dari akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa para pengikut akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* memanfaatkan akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang *meme*.

Kata kunci : Pemanfaatan, Facebook, Media Informasi, Meme.

ABSTRACT

THE USE OF FACEBOOK MEDIA SOCIAL AS AN INFORMATION FOR MEME LOVERS ON THE KNOW YOUR MEME INDONESIA – UNOFFICIAL ACCOUNT

By

Ahmad Faizal

The characteristics of social media that are virtual often produce phenomena that are popular both among social media users themselves and even the wider audience. One of the popular phenomena of social media is the meme phenomenon. The emergence of the meme phenomenon on social media cannot be separated from the role of social media users themselves in disseminating information related to memes. One social media that often provides information about memes is the Facebook account Know Your Meme Indonesia – Unofficial. Facebook account Know Your Meme Indonesia – Unofficial until now has uploaded a lot of meme content to add meme information to its users. This research will discuss how to use Know Your Meme Indonesia – Unofficial Facebook social media by followers of the Know Your Meme Indonesia – Unofficial Facebook account in order to meet information needs. The theory used in this research is the Uses and Gratification theory. This study uses a qualitative descriptive research method. The data collection technique used in this study was through interviews, observation, and documentation with four informants who follow the Facebook account Know Your Meme Indonesia – Unofficial. The results of this study are followers of the Know Your Meme Indonesia – Unofficial facebook account utilizing Know Your Meme Indonesia – Unofficial social media by liking, sharing, and commenting on information obtained from the Know Your Meme Indonesia – Unofficial facebook account. The conclusion of this study is that followers of the Know Your Meme Indonesia – Unofficial facebook account use the Know Your Meme Indonesia – Unofficial facebook account as an information medium to meet information needs about memes.

Keyword : Utilization, Facebook, Media Information, Meme.

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
INFORMASI BAGI PENYUKA *MEME* PADA AKUN *KNOW
YOUR MEME INDONESIA – UNOFFICIAL***

Oleh

Ahmad Faizal

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Informasi Bagi Penyuka Meme Pada Akun Know Your Meme Indonesia – Unofficial**

Nama Mahasiswa : **Ahmad Faizal**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1616031048**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198109262009121004

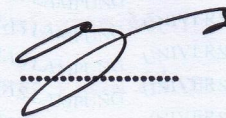
2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP.198007282005012001

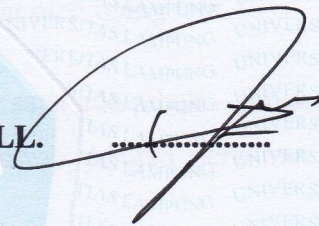
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : **Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.**



Penguji Utama : **Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **16 Maret 2023**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Faizal
NPM : 1616031048
Jurusan : IlmuKomunikasi
Alamat : Jl. Padat Karya, Rajabasa, Bandar Lampung
No. Handphone : 083845849038

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Informasi Bagi Penyuka *Meme* Pada Akun *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*” adalah benar - benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak – pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 10 Maret 2023
Yang membuat pernyataan,



Ahmad Faizal
NPM. 1616031048

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Ahmad Faizal. Dilahirkan di Tanjung Karang pada 05 Februari 1997. Merupakan putra pertama dari pasangan Bapak Mutakin dan Ibu Nur Rohmah. Penulis menempuh pendidikan di SDN 6 Metro Utara Kota Metro yang diselesaikan pada tahun 2009, SMP Tri Sukses Natar yang diselesaikan pada tahun 2012 dan kemudian penulis melanjutkan sekolah di SMAN 1 Kota Metro yang diselesaikan pada tahun 2016. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa yang masuk melalui jalur seleksi bersama masuk perguruan tinggi negeri (SBMPTN) Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung pada tahun 2016. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi (HMJ ILKOM) Universitas Lampung pada tahun 2017-2018. Penulis mengabdikan ilmu dan keahlian yang dimiliki kepada masyarakat dengan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Telogorejo, Kecamatan Rawajitu, Kabupaten Mesuji selama 40 hari. Penulis juga menerapkan hasil pembelajaran dari bangku kuliah pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dan di Komunitas Dongeng Dakocan di Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Kupersembahkan karya ini kepada kedua orang tua yang sangat ku sayangi,
Ayahanda Mutakin dan Ibunda Nur Rohmah.

Kupersembahkan untuk keluarga besar, saudara, serta sahabat-sahabatku yang
selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah serta perjuanganku,

Serta Universitas Lampung, almamaterku tercinta.

SANWANCANA

Alhamdulillah *robbil 'alamin* puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Informasi Bagi Penyuka Meme Pada Akun Know Your Meme Indonesia – Unofficial**”, sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki selama perkuliahan, serta berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Ibu Andi Windah S.I.Kom., M. Comm. & Media St., selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, nasihat, keramahan, serta motivasi yang selalu Ibu berikan kepada penulis.

5. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu sabar membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin.
6. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL., selaku dosen pembahas skripsi penulis yang selalu memberikan arahan, perbaikan dan masukan kepada penulis. Terima kasih atas nasihat serta motivasi yang bapak berikan.
7. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, terkhusus kepada Redy Fauzan Adhima, S.E., M.Si., yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi.
8. Terima kasih kepada para informan selaku narasumber utama dalam penulisan skripsi ini. Semoga selalu sukses dalam kariernya dan diberikan kesehatan selalu.
9. Teruntuk kedua orang tua Bapak dan Ibu, kupersembahkan gelarku untukmu dan terima kasih atas segala doamu dan perjuanganmu yang sudah mendukung anakmu hingga saat ini semoga selalu diberikan kesehatan, panjang umur, rejeki yang lancar dan barokah.
10. Untuk saudara-saudaraku Mila, Yusuf, Novita, Karlina, Nadia, Azka, dan Tamam. Terima kasih atas jalinan persaudaraan kita semoga terus terjalin hingga anak cucu. Terus saling memotivasi dan saling ingat mengingatkan dalam kebaikan.
11. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016. Terima kasih kepada kalian semua atas cerita dan kenangan yang telah kita ukir bersama. Semoga kita semua berhasil dan menjadi manusia bermanfaat.
12. Teman-teman mahasiswa akhir seperjuangan Komunikasi 2016. Terima kasih atas bantuan dan dukungan kalian semua. Tetap semangat dan semoga kita semua berhasil mencapai cita-cita kita masing-masing.
13. Teman-teman kosan LB & LBB Assemble. Terima kasih kepada kalian semua atas bantuan, dukungan dan doanya. Semoga kita semua berhasil dan sukses di dunia dan akhirat.

14. Bapak dan Ibu keluarga lingkungan Rajabasa. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu atas bantuan, dukungan dan doanya. Semoga Allah SWT membalas dengan yang lebih baik serta memberikan aman, selamat, lancar dan barokah.
15. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung. Terima kasih untuk segala pembelajaran berharga di bangku perkuliahan yang telah membuat penulis menjadi orang yang lebih baik.
16. Seluruh keluarga, saudara, sahabat-sahabatku yang tidak dapat penulis ucapkan dan tuliskan satu persatu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat dan ridho-Nya untuk kita semua dalam hidup ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan keluasan ilmu bagi semua pihak yang telah membantu. Terima kasih banyak untuk segala bentuk doa dan dukungan yang kalian berikan.

Bandar Lampung, 16 Maret 2023

Penulis,

Ahmad Faizal

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSEMBAHAN	i
SANWACANA	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR BAGAN	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Kerangka Pikir	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Massa	10
2.2.1 Ciri Komunikasi Massa	12
2.3 Media Massa	13
2.3.1 Fungsi Media Massa	14
2.3.2 Jenis – jenis Media Massa	15
2.4 <i>New Media</i> (Media Baru)	26
2.5 <i>Facebook</i> Sebagai Media Sosial	28
2.5.1 Karakteristik <i>Facebook</i>	30
2.6 <i>Meme</i>	30
2.7 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	32

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.2.1 Jenis Penelitian	35
3.2.2 Subyek Dan Obyek	36
3.3 Fokus Penelitian	37
3.4 Sumber Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Pengolahan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data	40

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum	42
4.1.2 Profil Informan	43
4.1.3 Pemilihan Media Sosial Facebook <i>Know Your Meme</i> <i>Indonesia Unofficial</i>	44
4.1.4 Penggunaan Media Sosial Facebook <i>Know Your Meme</i> <i>Indonesia Unofficial</i>	50
4.1.5 Pemanfaatan Media Sosial Facebook <i>Know Your Meme</i> <i>Indonesia Unofficial</i>	55
4.2 Pembahasan Penelitian	61
4.2.1 Kaitan Penelitian Dengan teori <i>Uses And Gratifications</i>	63

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN .

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Daftar penelitian terdahulu	10
Tabel 4.1 Hasil Wawancara I	46
Tabel 4.2 Hasil Wawancara II	48
Tabel 4.3 Hasil Wawancara III	49
Tabel 4.4 Hasil Wawancara IV	50
Tabel 4.5 Hasil Wawancara V	52
Tabel 4.6 Hasil Wawancara VI	53
Tabel 4.7 Hasil Wawancara VII	54
Tabel 4.8 Hasil Wawancara VIII	55
Tabel 4.9 Hasil Wawancara IX	56
Tabel 4.10 Hasil Wawancara X	57
Tabel 4.11 Hasil Wawancara XI	58
Tabel 4.12 Hasil Wawancara XII	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Survei Alasan Menggunakan Internet.....	3
Gambar 1.3 <i>Meme</i> “Bapak Diminta Menghadap Presiden”	4
Gambar 4.1 Tangkapan Layar <i>Know Your Meme Indonesia – Unofficial</i> .	43
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Akun Informan	60

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1 Kerangka Pikir	8

I. PENDAHULUAN

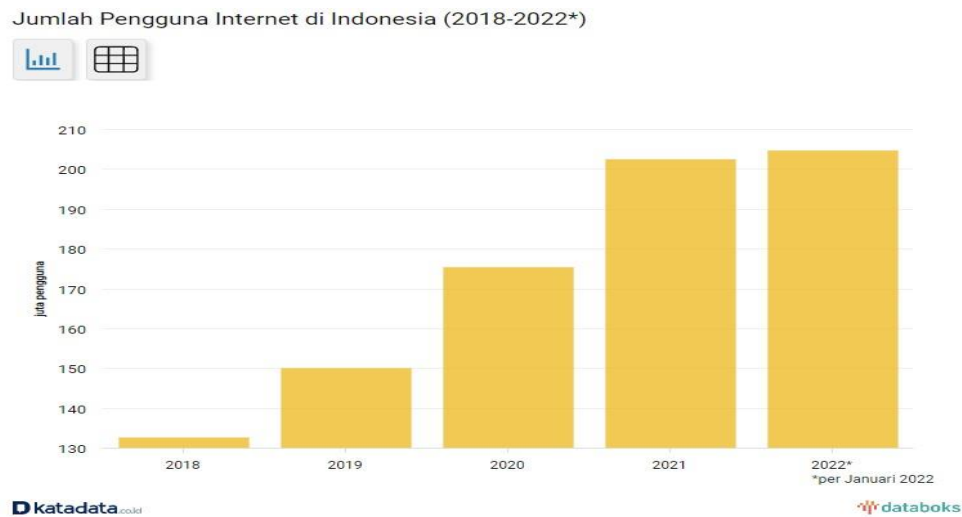
1.1 Latar Belakang

Era perkembangan teknologi informasi saat ini ternyata memiliki banyak dampak dalam kehidupan manusia. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, semakin mempermudah khalayak dalam mencari dan mendapatkan informasi menggunakan perangkat yang dimiliki, seperti komputer ataupun *mobile phone*. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini membentuk sebuah era digital, dimana informasi dan pesan semakin mudah di akses karena tersedia dalam bentuk digital. Tentunya hal ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi *Internet* yang menjadi penunjang dalam era digital. Menurut pakar internet Onno. W. Purbo dalam Prihatna (2005: 7), Internet dengan berbagai aplikasinya seperti *Web*, *VoIP*, *E-Mail* pada dasarnya merupakan media yang digunakan untuk mengefisiensikan proses komunikasi.

Beberapa tahun terakhir teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan teknologi menjadikan internet sebagai media komunikasi dan informasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Perkembangan internet sebagai sarana komunikasi dan informasi menjadi semakin pesat setelah internet dapat diakses melalui telepon cerdas (*smartphone*). Dengan hadirnya *smartphone* menjadikan masyarakat lebih mudah untuk berbagi dan mendapatkan informasi secara cepat.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna

internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia dari tahun 2018 hingga Januari 2022

Sumber : *We Are Social* "Pengguna Internet Indonesia 2022"

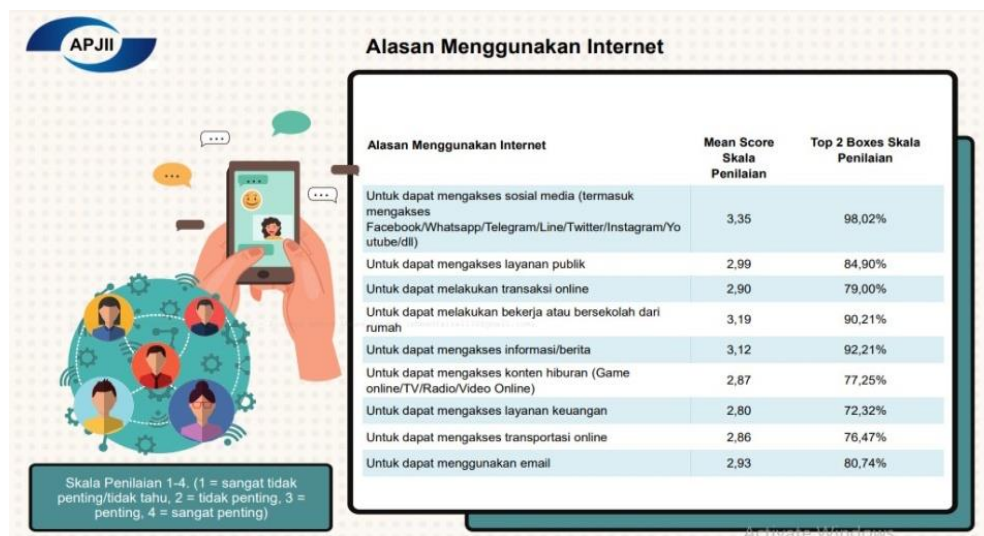
Laporan terbaru bertajuk "Profil Internet Indonesia 2022" yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini. Dalam laporan tersebut, APJII mengumpulkan data melalui survei dan wawancara kepada 7.568 responden (berusia 13-55 ke atas) sejak 11 Januari 2022 hingga 24 Februari 2022.

APJII juga mengungkapkan sembilan alasan utama seseorang menggunakan internet. Adapun alasan paling umum untuk mengakses internet adalah karena pengguna perlu mengakses media sosial, seperti Facebook, WhatsApp, Telegram, Line, Twitter, Instagram, dan YouTube. APJII mencatat, ada sebanyak 98,02 persen yang memilih alasan ini ketika menggunakan internet.

Lalu, delapan alasan utama lain pengguna terhubung ke internet adalah sebagai berikut:

- Untuk mengakses informasi/berita (92,21 persen)
- Untuk bekerja atau bersekolah dari rumah (90,21 persen)

- Untuk mengakses layanan publik (84,9 persen)
- Untuk menggunakan layanan e-mail (80,7 persen)
- Untuk melakukan transaksi *online* (79 persen)
- Untuk mengakses konten hiburan (77,25 persen)
- Untuk mengakses transportasi *online* (76,47 persen)
- Untuk mengakses layanan keuangan (72,32 persen)



**Gambar 1.2 Data Survei Alasan Menggunakan Internet Menurut APJII
Dalam Laporan Profil Internet Indonesia 2022**

Sumber : APJII “Profil Internet Indonesia 2022”

Karakteristik media sosial yang bersifat maya seringkali menghasilkan fenomena-fenomena yang populer baik dikalangan pengguna media sosial itu sendiri bahkan khalayak luas. Adapun fenomena yang populer dari media sosial seperti fenomena *selfie*, *trending hashtag*, *meme* dan fenomena lainnya. Tentunya masing-masing media sosial pasti memiliki fenomena tersendiri, tergantung dari bagaimana penyebaran informasi oleh penggunanya. Salah satu fenomena yang muncul di kalangan pengguna media sosial di Indonesia saat ini, yakni fenomena *meme*. Fenomena ini muncul dan berkembang di berbagai media sosial seperti Twitter, Facebook dan Instagram.

Meme hadir dalam bentuk kombinasi antara gambar, foto, slide dan teks yang ditujukan guna merespon suatu isu yang sedang diperbincangkan dalam diskursus sosial. Sedangkan menurut Shifman (2013), frasa *meme* umumnya diterapkan untuk menggambarkan penyebaran pada konten seperti lelucon, rumor, video, atau situs web dari satu orang ke orang lainnya melalui Internet. *Meme* bisa menyebar dalam bentuk aslinya, tetapi sering juga memunculkan turunan atau pembaharuan yang dibuat pengguna. *Meme* merupakan hasil produksi rakyat yang digunakan untuk memberikan komentar pada peristiwa dengan diikuti template tertentu dari gambar-gambar *online* populer (Rintel, 2013).

Meme tidak hanya mengandung humor tapi juga sentilan, kritik serta ungkapan akan gagasan-gagasan mengenai fenomena terkini yang sedang hangat dibicarakan. *Meme* dikemas sedemikian rupa untuk memunculkan makna terhadap kritik netizen mengikuti tema yang diusung oleh kreatornya sebagai bentuk menyampaikan gagasan maupun bentuk kritik terhadap persoalan sosial, peristiwa politik serta kebijakan pemerintah yang kini marak tersebar di dunia maya. Segala bentuk kehidupan bermasyarakat saat ini dapat direpresentasikan melalui sebuah *meme* yang tersebar dalam media siber (Purwaningrum, 2020).



Original

Meme 1

Meme 2

Gambar 1.3 Meme “Bapak Diminta Menghadap Presiden”

Sumber : Modifikasi Penulis (2022)

Munculnya fenomena *meme* di media sosial tentunya tidak lepas dari peran pengguna media sosial itu sendiri dalam melakukan penyebaran informasi terkait *meme* yang sedang populer. Salah satunya yaitu apabila pengguna merasa tertarik dengan topik dan gambar *meme* yang dilihat dalam suatu media social, maka pengguna itu akan melakukan *reposting* atau mengunggah kembali *posting meme* tersebut kedalam akun pribadinya. Sehingga

pengguna-pengguna lainnya yang juga merasa tertarik dengan *meme* tertentu akan melakukan hal yang sama. Oleh karena itu, banyak jenis-jenis dan bentuk *meme* yang banyak menyebar dikalangan pengguna media sosial.

Salah satu media sosial yang sering menyajikan beragam informasi tentang *meme* adalah akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dipopulerkan pertama kalinya pada tanggal 11 Juli 2015 melalui postingan awal mengenai informasi penggunaan *meme* bertajuk *advice animal/guy*.

Know Your Meme Indonesia – Unofficial sebagai media sosial hingga saat ini sudah banyak mengunggah konten *meme* untuk menambah informasi *meme* penggunanya. Disamping membahas *meme*, page ini membahas apapun yang sedang viral di internet, baik itu lokal maupun internasional yang memang dibutuhkan oleh penggunanya sesuai dengan informasi yang mereka butuhkan dan menjadi salah satu alternative lain untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Berdasarkan fenomena yang ada, penelitian ini akan menjelaskan tentang penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan informasi. Akan tetapi hal lain yang menjadi pertimbangan adalah dimana aktivitas yang dilakukan sebelumnya mendapatkan dorongan baik berasal dari individu ataupun luar individu. Dorongan inilah yang menyebabkan individu melakukan aktivitas yang mereka kehendaki. Dalam penelitian ini berarti khalayak menggunakan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* untuk memenuhi kebutuhan informasinya karena ada dorongan baik dari dalam individu maupun luar individu. Oleh karena itu penulis tergerak untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Informasi Bagi Penyuka *Meme* Pada Akun *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang ditemukan adalah : “Bagaimanakah Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Informasi Bagi Penyuka *Meme* Pada Akun *Know Your Meme Indonesia – Unofficial?*”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui dan memahami penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam memenuhi kebutuhan informasi.”

1.4 Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian yang peneliti tetapkan adalah:

1. Peneliti hanya meneliti tentang informasi *meme* yang diunggah pada akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.
2. Peneliti hanya mengkaji apa yang terlihat dalam pembingkaiian informasi *meme* yang di unggah, peneliti tidak meneliti apa motif ataupun akibat yang terjadi diluar informasi *meme* yang ada.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan lebih lanjut mengenai bagaimana penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan informasi, dan sebagai bahan informasi ilmiah bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

b. Secara Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi positif dalam bidang media massa khususnya bagi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung.
- 2) Peneliti berharap penelitian ini dapat menyambungkan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa, masyarakat dan banyak pihak lain yang terkait dalam mengetahui pemanfaatan media sosial facebook sebagai media informasi bagi penyuka *meme* pada akun *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.

1.6 Kerangka Pikir

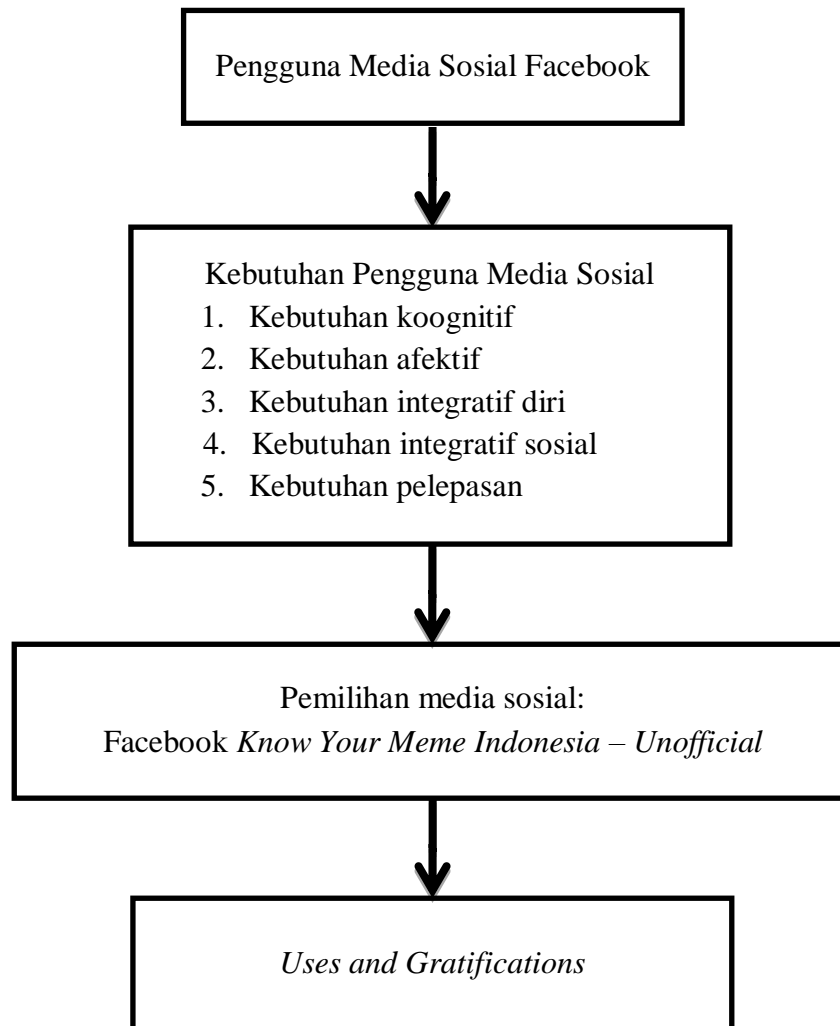
Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011), kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan pelbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman – pemahaman lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan. Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Bila dalam penelitian ada variabel moderator dan intervening, maka juga perlu dijelaskan, mengapa variabel itu ikut dilibatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pemanfaatan media sosial facebook sebagai media informasi bagi penyuka *meme* pada akun *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Kegiatan penelitian yang

dilakukan diharapkan dapat mengetahui dan memahami penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini dapat dijelaskan menggunakan pola sebagai berikut:



Bagan 1 Kerangka Pikir

Sumber : Modifikasi Penulis (2022)

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Iksan (1996) (dalam Masyhuri, 2008) menyatakan bahwa tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian: teori, konsep – konsep, analisa, kesimpulan, kelemahan, dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Sebagai bahan pertimbangan, dalam penelitian ini dicantumkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lain. Penggunaan penelitian terdahulu, selain mempermudah peneliti membuat penelitian, juga agar terhindar dari kesalahan yang dibuat oleh penulis sebelumnya.

Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan acuan untuk menyelesaikan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang nantinya akan penulis jelaskan, tentunya penelitian berkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu mencakup penggunaan media social sebagai sumber informasi. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan acuan untuk menyelesaikan penelitian. Penelitian terdahulu memudahkan peneliti dalam menentukan langkah yang sistematis untuk menyusun penelitian dari segi teori maupun konsep, berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini:

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kontribusi
1.	Rachmawati (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi	Penelitian ini sama-sama meneliti media sosial sebagai	Penelitian menggunakan media <i>online</i> portal berita sebagai objek	Menjadi refrensi dalam memahami media

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kontribusi
	Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)	Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru.Tri bunnews.Com)	media informasi.	penelitian.	sosial.
2.	Roby Johan Falah (Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel)	Pilihan Media Massa Sebagai Sumber Informasi Bagi Remaja Di Kelurahan Ngagel Rejo, Kota Surabaya	Penelitian ini sama-sama menggunakan teori <i>Uses and Gratifications</i> dalam penelitian.	Penelitian ini tidak menjurus pada media sosial.	Menjadi refrensi peneliti dalam teori <i>Uses and Gratifications</i> sebagai bahan penelitian.
3.	Dian Sativa (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta)	<i>Media Online</i> Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Penelitian ini sama-sama menggunakan media <i>online</i> sebagai objek penelitian.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian.	Menjadi refrensi peneliti dalam memahami media <i>online</i> .

Tabel 1 Daftar Penelitian Terdahulu

Sumber : Modifikasi Penulis (2022)

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan media yang disampaikan kepada khalayak banyak (publik) komunikasi massa atau masyarakat yang secara sederhana dapat diberi pengertian sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara serentak kepada masyarakat yang berbeda-beda dan tersebar

diberbagai tempat. Perkembangan teknologi dan informasi saat ini memberikan pengaruh yang sangat besar dalam perkembangan dan kemajuan komunikasi massa, sehingga banyak bermunculan media-media baik lokal maupun nasional di suatu daerah. Sebagai “alat penyampai pesan” dalam proses komunikasi massa juga disebut saluran pesan atau penyalur pesan (*channel*) (Zakbah 1996:2).

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Melakukan kegiatan komunikasi massa jauh lebih sukar dari pada komunikasi antar pribadi. Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada ribuan pribadi yang berbeda pada saat yang sama, tidak akan bisa menyesuaikan harapannya untuk memperoleh tanggapan mereka secara pribadi. Seorang komunikator melalui media massa yang mahir adalah seseorang yang berhasil menemukan metode yang tepat untuk menyiarkan pesannya guna membina empati dengan jumlah terbanyak diantara komunikannya (Cangara 2011:61).

Komunikasi massa juga merupakan proses yang dilakukan oleh seorang komunikator untuk menyebarluaskan pesan secara universal dan mempunyai makna yang dapat mempengaruhi khalayak melalui berbagai cara. Beberapa teori komunikasi massa juga menitikberatkan pada isi pesan media serta struktur dan penampilan media massa. Pesan-pesan komunikasi massa mengalir dari sumber ke penerima. Dalam sistem komunikasi massa, proses pengiriman pesan bersifat satu arah. Meskipun dapat dilakukan umpan balik oleh khalayak, namun porsi dan kesempatan yang diberikan sangatlah sedikit jika dibandingkan dengan umpan balik pada sistem komunikasi lainnya, seperti komunikasi antarpribadi (Halik 2013:5).

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua cara pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Faktor media massa sangat dominan

dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan sejumlah faktor yang melingkupinya, misalnya jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan (Halik 2013:2).

2.2.1 Ciri Komunikasi Massa

Ciri - ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antarberbagai macam unsure dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga.

b. Komunikasikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen.

Komunikasikan dalam komunikasi masa bersifat heterogen atau beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula. Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik audiens/komunikasikan sebagai berikut:

1. Audiens dalam komunikasi massa sangatlah heterogen. Artinya, ia mempunyai heterogenitas komposisi atau susunan. Jika ditinjau dari asalnya, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat.
2. Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain. Di samping itu, antarindividu itu tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
3. Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal.

c. Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural.

d. Komunikasinya berlangsung satu arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Misalnya kita mengirimkan ketidaksetujuan pada berita itu melalui rubric surat pembaca. Jadi, komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan 21 member konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feedback*).

e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya.

f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik.

g. Komunikasi massa dikontrol oleh *Gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa (Nurudin 2015:19-31).

2.3 Media Massa

Media massa merupakan suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Media massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu dari *mass media*. Adapun pengertian lain menjelaskan media massa adalah “komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya. Komunikasi massa tak akan lepas dari massa, karena dalam komunikasi

massa dan penyampaian pesannya adalah melalui media”(McQuail 2003 : 3). Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

Keberadaan media massa dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan, karena media massa merupakan komponen yang ada di dalam masyarakat. Apabila media massa mengambil tempat di dalam masyarakat dan menjadi bagian dari suatu sistem masyarakat seluruhnya. Bukan hanya itu, media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Dari penjelasan di atas, bahwa media massa bergantung dan mempengaruhi sepenuhnya kepada tingkat pendidikan dan pengetahuan seseorang. Fungsi utama dari media massa ialah menyampaikan informasi kepada masyarakat dan setiap informasi yang disampaikan harus bersifat akurat, faktual, menarik, benar, berimbang, relevan, dan bermanfaat. Sehingga informasi yang diberikan kepada khalayak hendaknya memberi pengetahuan dan mendidik.

2.3.1 Fungsi Media Massa

Media massa berfungsi mengolah, menyampaikan, mengatur arus informasi kepada masyarakat. Adapun menurut McQuail (2003 : 70), dia mengungkapkan fungsi dari media massa yaitu :

1. Informasi

Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi yang terjadi dalam masyarakat dan dunia. Menunjukkan hubungan kekuasaan, memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan.

2. Korelasi

Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, menunjang otoritas dan norma - norma yang mapan,

melakukan sosialisasi, mengkoordinasikan beberapa kegiatan, membentuk kesepakatan, menentukan urutan prioritas dan memberikan status relaif.

3. Kesenambungan

Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

4. Hiburan

Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi, meredakan ketegangan sosial.

5. Mobilisasi

Mengkampanyakan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan, ekonomi, pekerjaan dan agama.

2.3.2 Jenis – Jenis Media Massa

Saat ini media massa sebagian besar terbagi menjadi 4 jenis yaitu

a. Media Radio

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara) (Syamsul & Romli, 2009 : 12).

Menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat (Arifin 1984 : 81). Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang

dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima dirumah, dimobil, dan lain-lain dan dilepas dimana saja (Widjaja 2000 : 36).

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil garis besar bahwa radio merupakan suatu yang menghasilkan suara kemudian dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui *airwave* (udara). Radio dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampaian informasi. Suara yang didengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, lalu diubah melalui penguat suara sehingga mendapatkan hasil bunyi yang bisa kita dengar. Suara yang didengar dari pesawat radio dapat berisi tentang hiburan, misalnya musik, humor serta berita dan berbagai informasi yang dapat diterima. Pengertian radio pertamanya adalah alat/pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi/suara. Sedangkan pengertian lain dari radio adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang sampai sekarang masih digemari dan diminati oleh berbagai kalangan. Media massa ini merupakan buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang di udara. Radio sebagai media komunikasi lainnya, tentunya memiliki karakteristik yang khas dan unik. Menurut Triartanto, Sifat radio siaran secara karakteristiknya mencakup:

1. Imajinatif

Karena radio siaran hanya bisa di dengar, Imajinasi pendengar bisa beragam persepsinya. Radio menciptakan *theater of mind*. Pendengar bisa terhanyut perasaannya saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.

2. Auditori

Radio adalah bunyi atau suara yang hanya bisa di konsumsi oleh telinga. Maka dari itu, apa yang di dengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Untuk itu, pesan radio siaran harus jelas, singkat dan sepintas lalu.

3. Akrab

Media Radio siaran adalah intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal/individu. Walaupun radio itu di dengar oleh orang banyak, sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, seakan-akan berada di sekitarnya. Sehingga radio bisa menjadi "teman" di kala seseorang sedang sedih ataupun gembira.

4. Gaya percakapan

Bahasa yang digunakan bukan bahasa tulisan, tetapi gaya percakapan sehari-hari. Tak heran bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan penyiar menjadi sesuatu yang tren.

Radio adalah media elektromagnetik yang termurah, baik pemancar maupun penerimanya. Berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun radio dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Radio dibandingkan dengan media lainnya adalah biaya yang rendah sama artinya dengan akses kepada pendengar yang lebih besar dan jangkauan lebih luas kepada kaum dengan tingkat ekonomi yang rendah.

b. Media Televisi

Televisi merupakan alat penangkap siaran bergambar berupa audio visual dan penyiaran videonya disiarkan secara broadcasting. Kata televisi berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata "Tele" yang berarti jauh dan "Vision" yang berarti melihat. Jadi, jika disimpulkan secara harfiah berarti "melihat jauh", karena pemirsa

berada jauh dari studio televisi (Zoebazary 2010 : 255). Maksudnya adalah melihat yang jaraknya sangat jauh dari penonton melalui sebuah alat atau bisa juga diartikan suatu komunikasi jarak jauh dengan menggunakan media visual / penglihatan. Secara umum, televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang berfungsi untuk menerima siaran gambar bergerak dan suara, baik yang berupa hitam putih atau monokrom maupun yang berwarna. Menurut Adi Badjuri, televisi merupakan media pandang sekaligus media pendengar berupa audio-visual, sehingga penonton tidak hanya melihat gambar yang ditayangkan televisi, tetapi juga mendengar ataupun mencerna narasi dari gambar tersebut (Badjuri 2010 : 39).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa televisi adalah salah satu media massa elektronik yang menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar (video) dan suara (audio) yang berfungsi memberikan informasi serta hiburan kepada publik. Di dalam buku Elvinaro (2007:137-139), karakteristik televisi dibagi kedalam tiga jenis sebagai berikut.

1. Audiovisual

Jika dibandingkan dengan media penyiaran lainnya televisi memiliki suatu kelebihan, yaitu dapat didengar sekaligus dilihat. Oleh karena itu, televisi dapat dikatakan sebagai media massa elektronik audiovisual. Walaupun demikian, bukan berarti gambar lebih penting dari kata-kata, akan tetapi keduanya harus ada kesesuaian yang baik.

2. Berpikir Dalam Gambar

Terdapat dua tahapan yang dilakukan pada proses berpikir dalam gambar. Yang pertama, visualisasi (*visualization*) yaitu menerjemahkan kata-kata yang memiliki gagasan yang menjadi gambar secara individual. Yang kedua, *picturization* (penggambaran) yaitu suatu kegiatan merangkai gambar-gambar

yang dilakukan dengan sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya dapat mengandung arti atau makna tertentu.

3. Pengoprasian Lebih Kompleks

Jika dibandingkan dengan siaran radio, siaran televisi jauh lebih kompleks serta lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan dalam siaran televisi pun lebih banyak serta dalam mengoprasikannya pun lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kemampuan dibidang itu dan harus terlatih.

Pada hakikatnya media televisi sebagai media komunikasi pandang dan dengar mempunyai tiga fungsi yaitu:

1. Fungsi Informasi

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi tidak hanya dalam bentuk siaran pandang mata, atau berita yang dibacakan penyiar, dilangkapi gambargambar yang faktual, akan tetapi juga menyiarkan bentuk lain seperti ceramah, diskusi dan komentar. Televisi dianggap sebagai media massa yang mampu memuaskan pemirsa dirumah jika dibandingkan dengan media lainnya. Hal ini dikarenakan efek audio dan visual yang memiliki unsur *immediacy* (langsung) dan *realism* (nyata).

Immediacy, mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yng disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar olah para pemirsa pada saat periatwa itu berlangsung. Penyiar yang sedang membaca berita, pemuka masyarakat yang sedang membaca pidato atau petinju yang sedang melancarkan pukulannya tampak dan terdengar oleh pemirsa, seolah-olah mereka berada ditempat peristiwa itu terjadi. *Realism*, yang berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan ketika suatu acara ditayangkan

secara langsung (Live). Jadi pemirsa langsung dapat melihat dan mendengar sendiri.

2. Fungsi Pendidikan

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak dan disampaikan secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan ilmu pengetahuan dan penalaran masyarakat televisi menyiarkan acaranya secara teratur dan terjadwal. Selain itu televisi juga menyajikan acara pendidikan yang bersifat informal seperti sandiwara, legenda dan lain-lain.

3. Fungsi Hiburan

Dalam negara yang masyarakatnya masih bersifat agraris, fungsi hiburan yang melekat pada televisi siarannya tampaknya lebih dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati di rumah-rumah oleh seluruh keluarga, serta dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak dimengerti bahasa asing bahkan yang tuna aksara.

c. Media Surat Kabar

Pada awalnya surat kabar sering kali diidentikkan dengan pers, namun karena pengertian pers sudah luas, dimana media elektronik sekarang ini sudah dikategorikan dengan media juga. Untuk itu pengertian pers dalam arti sempit, pers hanya meliputi media cetak saja, salah satunya adalah surat kabar. Menurut Effendy, surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca (Efendy 1993 : 241).

Arti penting surat kabar terletak pada kemampuannya untuk menyajikan berita - berita dan gagasan - gagasan tentang perkembangan masyarakat pada umumnya, yang dapat mempengaruhi kehidupan modern seperti sekarang ini. Selain itu surat kabar mampu menyampaikan sesuatu setiap saat kepada pembacanya melalui surat kabar pendidikan, informasi dan interpretasi mengenai beberapa hal, sehingga hampir sebagian besar dari masyarakat menggantungkannya kepada pers untuk memperoleh informasi. Pada umumnya jika kita berbicara mengenai pers sebagai media massa tercetak ialah dalam pengertian sempit, yakni surat kabar. Menurut Effendy (1993 : 245), ada empat ciri yang dapat dikatakan sebagai syarat yang harus dipenuhi oleh surat kabar, antara lain:

a) Publisitas

Publisitas mengandung arti penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukkan untuk khalayak umum, isi atau informasi dalam surat kabar ini terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum. Untuk itu, penerbitan yang meskipun sama dengan surat kabar tidak bisa disebut sebagai surat kabar jika hanya ditujukan kepada sekelompok orang atau golongan.

b) Periodesitas

Periodesitas yang berarti keteraturan dalam penerbitannya. Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu. Karena surat kabar mempunyai keteraturan dalam penerbitannya, maka penerbit buku tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar meskipun isinya menyangkut kepentingan umum karena tidak disebarkan secara periodik dan berkala.

c) Universalitas

Universalitas yang berarti kemestaan dan keragaman. Isinya yang datang dari berbagai penjuru dunia. Untuk itu jika sebuah penerbitan berkala isinya hanya mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk surat kabar. Memang benar bahwa berkala itu ditujukan kepada khalayak umum dan diterbitkan secara berkala, namun bila isinya hanya mengenai salah satu aspek kehidupan saja maka tidak dapat dimasukkan ke dalam kategori surat kabar.

d) Aktualitas

Menurut kata asalnya aktualitas, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar. Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang terjadi kini, dengan perkataan lain laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi dan yang dilaporkan itu harus benar. Tetapi yang dimaksudkan aktualitas sebagai ciri surat kabar adalah pertama, yaitu kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita (Effendy 1993 : 119 - 121).

Hal-hal yang disiarkan media cetak lainnya bisa saja mengandung kebenaran, tetapi belum tentu mengenai sesuatu yang baru saja terjadi. Diantara media cetak, hanyalah surat kabar yang menyiarkan hal-hal yang baru terjadi. Pada kenyataannya, memang isi surat kabar beranekaragam, selain berita juga terdapat artikel, rubrik, cerita bersambung, cerita bergambar, dan lain-lain yang bukan merupakan laporan tercepat. Kesemuanya itu sekedar untuk menunjang upaya membangkitkan minat agar surat kabar bersangkutan dibeli orang.

d. Media Internet

Internet sendiri merupakan singkatan dari (*interconnection networking*). Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan bahkan milyaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis, dengan menggunakan tipe komunikasi seperti telepon, satelit dan lain sebagainya. Awalnya internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969 melalui sebuah proyek yang disebut dengan ARPANET. Misi awal dari proyek ini awalnya hanya untuk keperluan militer saja, tetapi lambat laun terus berkembang dan bisa dinikmati oleh semua kalangan.

Pada awal perkembangannya, Departemen Pertahanan Amerika Serikat (*US Department of Defense*) membuat sebuah jaringan yang bertujuan untuk menghubungkan komputer – komputer yang ada di berbagai daerah di amerika pada saat itu, sehingga memungkinkan penyimpanan data di banyak tempat dan jika terjadi kondisi perang, data yang dimiliki oleh Amerika tidak mudah bocor ke tempat lain.

Terciptanya internet telah membawa perubahan yang sangat berarti dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Selain itu, internet juga telah melahirkan dunia baru yang memiliki pola, corak sekaligus karakteristik yang berbeda dengan dunia nyata.

Berdasarkan penjeasan diatas, maka dapat diketahui bahwa media internet memiliki beberapa karakteristik diantaranya ialah (Piliang 2011 : 4):

- a) Kualitas distribusi pesan memiliki berbagai variasi yang tinggi, kualitas yang sangat rendah sampai kualitas yang sangat tinggi bergantung pada konten.
- b) Jangkauan teknologi media internet memiliki sifat desentralisasi, dan tidak bersifat hierarki.

- c) Frekuensi menjelaskan jumlah waktu yang dipakai oleh pengguna untuk mengakses media sosial setiap harinya.
- d) Aksesibilitas menjelaskan kemudahan media internet untuk diakses oleh para pengguna.
- e) Kegunaan menjelaskan bahwa siapapun yang memiliki akses internet bisa mengerjakan berbagai hal dengan memakai media internet seperti mem-posting foto digital atau menulis online dan sebagainya.
- f) Segera menjelaskan waktu yang diperlukan pengguna media internet untuk saling melakukan komunikasi dengan orang lain secara instan.
- g) Tidak permanen menjelaskan bahwa pesan dalam media internet dapat disunting atau diperbaiki sesuai dengan kebutuhan.

Selain itu media internet memiliki beberapa fasilitas dan manfaat yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Berikut adalah fasilitas internet (Piliang 2011 : 12-16) yaitu:

a) WWW

World Wide Web atau yang sering disingkat dengan WWW merupakan sebuah sistem yang terdapat pada internet dan bertugas melakukan pencarian sekaligus pemberian informasi yang cepat dengan menggunakan teknologi hypertext. Untuk membuat hypertext, diciptakanlah sebuah bahasa pemrograman yang disebut *Hyper Text Markup Language (HTML)*.

HTML berfungsi mengikat alamat WWW atau file dalam sebuah dokumen. Untuk mengirimkan file tersebut, diperlukan peran dari protokol pengiriman data yang spesifik yaitu *Hyper Text Transfer Protocol (HTTP)*. Selain itu, untuk menemukan setiap hubungan hypertext diperlukanlah *Uniform Resource Locator (URL)*. WWW sering disalahartikan sebagai internet secara keseluruhan, walaupun sebetulnya hanyalah sebagian dari

internet dalam cakupan yang lebih luas. Bisa dibayangkan, WWW adalah bagian yang paling menarik dari internet saat ini. Pengguna dapat mengakses berbagai media seperti gambar, suara, video, hingga animasi melalui WWW. Dengan mengklik sebuah link, pengguna internet mampu berpindah dari satu halaman dokumen ke halaman lainnya.

b) *Email* (Surat Elektronik)

Email merupakan surat atau pesan elektronik yang dikirimkan dan diterima antar pengguna komputer. *Email* memungkinkan seorang individu mengirimkan pesan ke individu lainnya dengan waktu yang cepat, bahkan dalam hitungan detik. Saat ini perkembangan *email* sangatlah pesat, *email* tidak hanya berisi teks saja. Kita bisa melampirkan file multimedia seperti gambar, foto, video bahkan animasi.

Saat ini, *email* sama pentingnya dengan nomor telepon pribadi. *Email* bagaikan tanda pengenal yang harus ditunjukkan di dunia maya di berbagai tempat, seperti misalnya jika ingin berlangganan website tertentu, membuat media sosial, hingga sebagai alat berkomunikasi yang sangat penting. Terdapat banyak sekali layanan *email* yang bisa digunakan para pengguna internet, mulai dari *Gmail* yang menawarkan keuntungan ruang penyimpanan yang besar hingga *Yahoo Mail*, *AOL Mail* atau *Windows Live Mail* yang memiliki kelebihan tersendiri.

c) *Chatting* (Percakapan)

Chatting merupakan percakapan antara dua atau lebih pengguna komputer secara realtime dengan memanfaatkan jaringan internet. Bagi pengguna komputer yang telah melengkapi perangkat komputernya dengan *webcam* (kamera web), maka mereka dapat chatting dengan melihat wajah pengguna lain yang di ajak *chatting* tersebut.

Dengan semakin berkembangnya jaringan internet, fasilitas chatting pun juga semakin dimudahkan. Jika dahulu kita perlu melengkapi komputer besar dengan *webcam* untuk *chatting* dan mengobrol, kini layanan *chatting* semakin mewabah dengan kehadiran berbagai aplikasi yang didukung internet, mulai dari *Whatsapp*, *LINE*, *Facebook*, *Twitter* yang bisa diunduh melalui *smartphone* pribadi. Tiap detik, jutaan orang kini mampu berkomunikasi dengan orang lain melalui layar komputer maupun *smartphone*.

2.4 New Media (Media Baru)

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur, Carey dalam (McQuail, 2011:43). Media baru disebut juga *new media* digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3).

Beberapa ahli menggambarkan *new media* sebagai sebuah transisi dari media yang menggunakan teknologi analog ke teknologi digital. Jadi *new media* dapat dikatakan sebagai media yang berbasiskan digital. Pendapat para ahli *new media* memiliki definisi sebagai berikut. Dikutip dari (Syuibani 2014:4) *new media* dipahami bukan hanya sebagai media yang benar-benar baru muncul dalam media komunikasi. *New media* muncul dari inovasi-inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi dimasa sekarang. Pengertian lain disampaikan oleh Thery Flew (2008: 10) menjelaskan *new media* yang ditekankan pada forms atau format isi media

yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital.

Dengan definisi yang diuraikan sebelumnya oleh beberapa ahli *new media* menjadi sebuah inovasi yang baru dengan memiliki sebuah karakteristik yang baru. Dikutip dari (Syaibani, 2014:5) *new media* mempunyai karakteristik yaitu sebagai berikut:

1. Pengalaman tekstual baru: jenis genre baru dan bentuk tekstual, hiburan, kesenangan dan pola konsumsi media (permainan komputer, simulasi, film efek khusus).
2. Cara - cara baru untuk mewakili dunia: media yang, dengan caracara yang tidak selalu jelas didefinisikan, offer, offer baru 13 kemungkinan dan pengalaman representasional (lingkungan virtual immersive, multimedia interaktif berbasis layar).
3. Hubungan baru antara subjek (pengguna dan konsumen) dan teknologi media: perubahan dalam penggunaan dan penerimaan gambar dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dan makna yang diinvestasikan teknologi media.
4. Pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, identitas dan komunitas: pergeseran dalam pengalaman pribadi dan sosial dari waktu, ruang, dan tempat (pada skala lokal dan global) yang berimplikasi pada cara-cara di mana kita mengalami diri kita dan tempat di Dunia.
5. Konsepsi baru tentang hubungan tubuh biologis dengan media teknologi: tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dan buatan, alam dan badan teknologi dan (media sebagai) prothese teknologi, yang nyata dan virtual.
6. Pola baru organisasi dan produksi: penataan kembali yang lebih luas dan integrasi dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol dan regulasi.

Sementara menurut McQuail (2011: 17-18) media baru memiliki ciri-ciri utama yang membedakannya dengan “media lama” yaitu:

1. Desentralisasi, pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemasok komunikasi
2. Kemampuan tinggi, pengantaran melalui kabel dan satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya.
3. Komunikasi timbal balik (*inter-activity*), penerima dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung.
4. Kelenturan (fleksibilitas) bentuk, isi dan penggunaan.

Secara umum, media baru tidak hanya menjembatani perbedaan-perbedaan yang ada pada media lama namun juga perbedaan antara batasan kegiatan komunikasi pribadi dan juga batasan kegiatan komunikasi publik, sehingga dapat membentuk media komunikasi yang lebih menguntungkan dan juga lebih efisien untuk digunakan.

2.5 Facebook Sebagai Media Sosial

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan mahasiswanya Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Awal mulanya keanggotaan hanya terbatas pada mahasiswa Harvard saja, namun seiring berjalanya waktu kemudian keanggotaan meluas ke perguruan tinggi lain (Tamburaka, 2009: 79). Uniknyanya, Zuckerberg dikeluarkan dari Universitas Harvard karena keisengannya menciptakan website yang dianggap tak bermanfaat dan cenderung memperburuk citra kampusnya sebab, sebelum membuat facebook pendahulunya adalah facesmash, yakni website yang menggunakan foto dari anak-anak asrama yang dibagikan dan setiap orang bisa mengklik “hot” or “not” dengan menempatkan dua foto saling berdampingan pada satu waktu dan meminta pengguna memilih yang mana yang paling seksi (Tamburaka, 2009: 80). Tidak lebih dari tiga bulan setelah Zuckerberg dikeluarkan oleh pihak universitas, dia pun meluncurkan facebook kepada khalayak umum, lama kelamaan situs itu pun mulai dilirik oleh banyak instansi.

Facebook adalah website jaringan sosial di mana para pengguna dapat bergabung dalam organisasi, lembaga penelitian dan perusahaan terkenal yang menggunakan sistem jaringan dan teknologi informasi (Irham, 2014). Facebook pertama kali hadir pada bulan Februari 2004 dengan Mark Zuckerberg sebagai pendirinya (Feiler, 2008: 4). Bagi orang yang biasa berkecimpung di dunia maya, tentunya tidak akan asing dengan istilah yang satu ini. Facebook adalah salah satu layanan jejaring sosial yang sederhana sebab facebook adalah website yang ramah dan terkenal, karena dapat menyambung berbagai hubungan antara satu dan yang lain dalam dunia maya.

Menurut (Rudi & Kautsar, 2013: 151) bahwa facebook adalah situs media sosial yang membuat semua fiturnya benar-benar bersifat sosial. Setiap satu orang dapat berhubung dengan orang lain dengan berbagai keperluan masing-masing. Mulai dari komunikasi sampai pencarian informasi menyeluruh di jagat raya ini. Sedangkan menurut (Khadzi, 2013: 49), facebook adalah program aplikasi jejaring sosial berbasis internet yang dapat digunakan sebagai media komunikasi dan informasi.

Dari pengertian yang telah dikemukakan oleh beberapa orang di atas, dapat ditarik kesimpulan pemanfaatan facebook sebagai media komunikasi dan informasi baik secara umum maupun lebih khusus dalam kajian ilmu kepustakaan dan informasi, mahasiswa dapat menggunakannya untuk keperluan pencarian informasi terkini dalam mengembangkan kemampuan menggunakan media, mencari, menemukan, menghimpun menyeleksi lalu menyebarkan informasi pada pusat lembaga informasi dan komunikasi seperti perpustakaan. Berkomunikasi secara langsung dengan teman, kerabat, organisasi yang bergelut di bidang sosial, jasa dan informasi perpustakaan, memudahkan dalam berinteraksi dan akses informasi dalam bentuk ruangan maya, dengan akses informasi yang mudah digunakan bagi siapa saja yang membutuhkan informasi.

2.5.1 Karakteristik *Facebook*

Terdapat karakteristik dari facebook yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah menggunakannya. Berikut adalah kelebihan situs facebook menurut (Nazir, 2010: 42):

1. Layanan Jaringan / *Network* yang bisa di sorting sesuai dengan posisi kita. Dari start awal pembuatan account disesuaikan berdasarkan negara. Sehingga lebih mempermudah menemukan teman.
2. Layanan Group di facebook lebih fokus. Dimana membentuk suatu komunitas *online* seperti testimonial wall to wall, foto, forum diskusi dan lain - lain.
3. Photo Album berdasarkan kategori dan sungguh di luar dugaan jumlah quota kapasitas unlimited alias tidak dibatasi. Kemampuan membangun jaringan suatu kelompok lebih cepat dan informatif.
4. Layanan Mobile Browsing dapat diakses melalui handphone dan disesuaikan dengan kondisi handphone sehingga lebih cepat diakses.
5. Dapat chat dengan teman yang sedang *online*.

2.6 *Meme*

Istilah *meme* dikenalkan oleh Richard Dawkins seorang ahli biologi, melalui bukunya *The Selfish Gene* pada tahun 1976. Kata *meme* berasal dari bahasa Yunani "mimeme" (sesuatu yang menyerupai/menirukan), dan terdengar serupa dengan gen (gene). Dawkins memakai istilah ini untuk mendefinisikan lahirnya budaya dengan anggapan bahwa budaya merupakan bentukan dari banyak replikator. Hipotesisnya adalah manusia seharusnya melihat kelahiran budaya berasal dari banyaknya bentukan replikator, yang umumnya mereplikasi melalui hubungan dengan manusia, yang telah berevolusi sebagai peniru (walaupun tidak sempurna) meng-*copy* informasi maupun perilaku yang efisien (Dawkins, 2006).

Selanjutnya istilah *meme* dikembangkan oleh Limor Shifman (2012) menjadi “*meme internet*”. Shifman mengatakan bahwa *meme internet* dapat diperlakukan sebagai (*posting*) modern berupa “cerita rakyat” yang dibangun bersama norma dan nilai-nilai melalui artefak budaya seperti *photoshopped images* atau *urban legends*. *Meme* sebagai culture di internet menunjukkan sebuah cara dimana ide ditiru (diimitasi), disebar dan dimediasi dari orang ke orang melalui interaksi atau pembicaraan, baik melalui medium ‘analog’ maupun medium ‘digital’ (Brunello, 2012).

Davison (2012) menegaskan bahwa *meme* merupakan bagian dari budaya, kadang sebuah lelucon yang muncul di internet dan ditransmisikan secara *online*. *Meme* memberikan 2 aspek, yaitu aspek visual atau gambar dan aspek teks. Dimana aspek visual biasanya menggunakan gambaran yang sesuai dengan perasaan atau emosi pembuat. Sedang aspek teks dibuat untuk mendukung aspek visual sehingga apa yang diinginkan benar-benar tersampaikan lewat *meme* tersebut (Nasrullah, 2016:125).

Namun dalam perkembangannya “*meme*” tidak hanya berbentuk gambar yang diam secara spesifik namun *meme* lebih marak dianggap sebagai istilah yang digunakan di *cyberspace* untuk mendeskripsikan gambar-gambar yang telah diedit dari penggalan-penggalan video maupun foto yang tersebar melalui internet. Dalam situs merdeka.com, gambar yang disebut *meme* sebenarnya adalah bentuk ekspresi seseorang yang ditumpahkan lewat gambar-gambar. Menurut Bauckhage (2011), *meme* biasanya berkembang melalui komentar, imitasi, parodi atau bahkan hasil pemberitaan di media.

Meme bisa dikatakan sebagai proses penyampaian pesan dalam bentuk baru. Dimana *meme* adalah gambar atau foto yang diberi teks atau bahasa sehingga menghasilkan suatu makna baru. Dengan kata lain gambar yang ada dalam *meme* menuturkan kisahnya sendiri, untuk kemudian diinterpretasikan oleh pengguna lainnya. Dapat dikatakan bahwa fenomena *meme* ini muncul bisa dikarenakan ingin menyampaikan pesan melalui bentuk yang baru. Salah satu contohnya dengan menggabungkan komunikasi nonverbal (ekspresi) dengan komunikasi verbal (bahasa), sehingga menghasilkan suatu makna atau pesan.

2.7 Teori *Uses and Gratifications*

Secara umum, pendekatan *uses and gratifications* adalah sebuah pendekatan untuk memahami mengapa khalayak secara aktif mencari media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Pendekatan *uses and gratifications* merupakan salah satu pendekatan untuk memahami komunikasi massa yang berpusat pada khalayak.

Studi pengaruh yang klasik pada mulanya mempunyai anggapan bahwa konsumen media, bukannya pesan media, sebagai titik awal kajian dalam komunikasi massa. Dalam kajian ini yang diteliti adalah perilaku komunikasi khalayak dalam relasinya dengan pengalaman langsungnya dengan media massa. Khalayak diasumsikan sebagai bagian dari khalayak yang aktif dalam memanfaatkan muatan media, bukannya secara pasif saat mengonsumsi media massa (Stephen, 2009:345).

Interaksi individu dengan media dapat dipahami melalui pemanfaatan media oleh individu itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratifications*) individu dari penggunaan media tersebut. Gratifikasi (kepuasan) yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, pereda rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi dan kontak sosial. Teori *uses and gratifications* merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayak (*what media do to people*) tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan khalayak pada media (*what people do to media*) (Littlejohn, 2009:346-347).

Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (dalam Effendy, 2003:294) ada beberapa kebutuhan khalayak dalam mengonsumsi media. Pertama, *cognitive needs* (kebutuhan kognitif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kedua, *affective needs* (kebutuhan afektif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. Ketiga, *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari

hasrat akan harga diri. Keempat, *social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Dan kelima, *escapism needs* (kebutuhan pelepasan) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, emosi, ketegangan, dan kebutuhan akan hiburan.

Khalayak diasumsikan sebagai aktif dan diarahkan oleh tujuan. Anggota khalayak dianggap memiliki tanggung jawab sendiri dalam mengadakan pemilihan terhadap media massa untuk mengetahui kebutuhannya, memenuhi kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya. Media massa dianggap hanya sebagai salah satu cara memenuhi kebutuhan individu dan individu boleh memenuhi kebutuhan mereka melalui media massa atau dengan suatu cara lain.

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Dijelaskan oleh Furchan (2004:447) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan.

Dalam mengungkap fenomena dalam realitas sosial yang ada, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dengan pertimbangan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antara fenomena yang diamati.

Terdapat beberapa macam pendapat menurut beberapa ahli mengenai pengertian dari penelitian kualitatif, Bogdan dan Taylor dalam Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Tanzeh, 2011: 64). Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Menurut Kirl dan Miller, penelitian

kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia, baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya (Moleong, 2011: 15).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang bersifat umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Metode deskriptif adalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa, dimana pada hakikatnya metode deskriptif ini adalah mengumpulkan data-data.

Pada jenis penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara catatan lapangan, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek dengan cara menuturkan, menafsirkan data yang ada, dan pelaksanaannya melalui pengumpulan, penyusunan, dan interpretasi data yang diteliti pada masa sekarang.

Pertimbangan penulis menggunakan pendekatan kualitatif adalah penulis bermaksud meneliti secara mendalam, menyajikan data secara akurat dan menggambarkan kondisi sebenarnya secara jelas. Tipe ini sangat relevan dengan tema yang akan diambil peneliti. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan secara jelas dan faktual tentang penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan informasi.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam Moleong (2010:4) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti menganalisa data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2010:11).

3.2.2 Subyek dan Obyek Penelitian

a) Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Lebih spesifik lagi yaitu pada pengikut aktif akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Informan dalam penelitian ini harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Informan merupakan pengguna media sosial facebook aktif sekaligus salah satu pengikut dari akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.
2. Informan merupakan pengikut aktif, pengikut aktif yang dimaksudkan adalah pengguna yang sering membagikan postingan atau sekedar memberikan komentar atau like pada postingan yang dibuat oleh *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.
3. Pengguna tersebut sudah mengikuti akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* minimal selama 3 bulan. Alasan ini dikarenakan agar informan yang dibutuhkan memiliki informasi yang lebih serta memiliki pengetahuan lebih dalam perkembangan akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.

b) Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah segala bentuk interaksi dalam akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* melalui

posting yang disukai, dikomentari, ataupun dibagikan oleh pengikut akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif adalah fokus kajian atau pokok soal hendak diteliti mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian dalam hal yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas (Bungin, 2003: 41).

Dalam penelitian, fokus penelitian sangatlah penting untuk membatasi masalah yang akan diteliti agar tidak melimpah ruah walaupun sifatnya masih sementara dan masih terus berkembang sewaktu penelitian. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah melihat dan menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan informasi.

3.4 Sumber Data

Arikunto menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan sumber data adalah subyek dari mana data diperoleh. Menurut lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Apabila peneliti menggunakan kuisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer, data ini merupakan data yang diperoleh dari observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para informan dan subjek penelitian vital lainnya yang terkait dengan sasaran penelitian seperti caption atau comment pada akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.
2. Data Sekunder, yaitu data yang tidak secara langsung dikumpulkan oleh yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut. Data ini

merupakan data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, buku referensi, jurnal, artikel, majalah, internet dan sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh tingkat validitas data yang lebih baik.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data untuk kepentingan penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai macam metode. Berikut ini metode yang digunakan.

a) Observasi

Metode ini adalah proses langsung mengamati subjek dan objek penelitian secara langsung. Dengan metode ini, peneliti dimungkinkan melihat serta mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku serta kejadian yang telah terjadi sebenarnya. Pada dasarnya, melalui metode ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan oleh objek penelitian pada waktu itu sehingga tidak menutup kemungkinan apabila peneliti menjadi sumber data. Memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek (Moleong, 2010:175).

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2009:98). Pedoman dari pengumpulan data dari metode ini tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, melainkan sebuah garis besar tentang data dan informasi apa saja yang ingin didapatkan dari informan.

Pada penelitian ini, kegiatan wawancara dilakukan dengan jenis wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dengan melakukan wawancara secara mendalam, peneliti ingin mendapatkan data dan informasi yang lebih spesifik dan detail. Wawancara dilakukan dengan

mewawancarai pengikut akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* baik secara *online* maupun secara *offline*.

c) Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, surat kabar, majalah, foto, rekaman, video, ataupun internet. Data yang diperoleh dari metode dokumentasi diharapkan mampu mendukung proses analisis data. Salah satu kegiatan dokumentasi yang dilakukan adalah mengumpulkan data dari posting dalam grup.

3.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah data diperoleh dari lapangan terkumpul maka tahap berikutnya ialah mengolah data tersebut. Adapun teknik yang digunakan dalam pengolahan data sebagaimana yang disebutkan Moleong (2006:155) meliputi:

1. Editing

Editing yaitu teknik mengolah data dengan cara meneliti kembali data yang berhasil diperoleh dalam rangka menjamin validitasnya serta dapat segera diproses lebih lanjut. Tahapan Editing yang akan dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini menyajikan hasil wawancara dan observasi tentang penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam memenuhi kebutuhan informasi.

2. Interpretasi

Interpretasi merupakan upaya untuk memperoleh arti dan makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan cara meninjau hasil penelitian secara kritis dengan teori yang relevan dan informasi akurat yang diperoleh di lapangan mengenai mengenai struktur birokrasi, sumber daya, disposisi dan komunikasi dalam penggunaan media sosial facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dalam memenuhi kebutuhan informasi.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis ini memiliki tiga komponen yaitu :

- a) Reduksi data, menurut Sugiyono (2018:247-249) reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.
- b) Penyajian data, Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018:249).
- c) Kesimpulan, langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2018:252-253) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti

telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa motivasi atau tujuan pengguna media sosial facebook untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan sosial secara integratif maupun, kebutuhan pelepasan. Kebutuhan inilah yang menjadi motivasi atau tujuan pengguna media sosial dalam memilih akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.

Pemilihan dan penggunaan akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* disebabkan para pengguna media sosial menyukai dan ingin mencari informasi tentang *meme*. Dan juga para pengguna beranggapan bahwa akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* adalah sumber informasi yang paling lengkap dan jelas dalam memberikan informasi tentang *meme* dibandingkan dengan akun media sosial serupa lainnya. Sebab akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* memberikan informasi tentang *meme* cukup mendetail, mulai dari apa maksud dari *meme*, darimana sumber *meme* berasal, hingga menyediakan template *meme* untuk digunakan oleh para pengikutnya.

Para pengguna media sosial facebook yang mengikuti/menyukai akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* sangat memanfaatkan media sosial facebook sebagai media informasi mengenai *meme* karena media sosial facebook itu selalu update dan lengkap dalam menyebarkan informasi. Dan dengan mengikuti/menyukai akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* merasa bisa lebih tahu dan update tentang informasi *meme* yang

sedang ramai di internet. Hal ini tentu menjadi salah satu bukti bahwa dengan memanfaatkan akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial* dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunanya.

Pemenuhan kebutuhan informasi bagi pengguna media sosial facebook yang menyukai *meme* terpenuhi dengan memilih dan menggunakan akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*. Terpenuhinya kebutuhan informasi tersebut merupakan bentuk kepuasan dari pemanfaatan akun facebook *Know Your Meme Indonesia – Unofficial*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan saran yang dapat dipertimbangkan dimasa yang akan datang sebagai berikut :

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan yang sama. Namun untuk peneliti selanjutnya agar dapat menganalisis dan mempelajari lebih dalam lagi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media informasi.
2. Saran bagi pengguna media sosial facebook yang menyukai *meme* jika dirasa belum cukup mendapatkan informasi yang dicari, bisa mencoba untuk mencari informasi di media lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: ARMICO,
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif "Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- 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.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Davison, P. 2012. *The Language of Internet Meme*. In: Mandiberg, M., ed. *The Social Media Reader*. New York: New York University Press
- Dawkins, R. 1976. *The Selfish Gene*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Dawkins, Richard. 2006. *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press.
- Dian, S. 2010. *Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta: Surakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Facebook.com. 2022. Know Your Meme Indonesia – Unofficial. <https://www.facebook.com/knowyourmemeID/>. Diakses pada 03 Oktober 2022.
- Feiler, Jesse. 2008. *How to Do Everything: Facebook Applications*. Amerika: Mc Graw Hill Osborne.
- Flew, T. 2008. *New Media :an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Furchan, Achmad. 2004. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Irham. 2014. *Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. Skripsi. Fakultas Adab Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Makassar.
- Katadata.co.id. 2022. Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>. Diakses pada 03 Oktober 2022.
- Khadzi, Leysa. 2013. *Cara Mudah Mengenal Dan Membaca Karakter Dan Kepribadian Orang Lewat Media Sosial*. Yogyakarta: Mantra Books.
- Kompas.com. 2022. Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>. Diakses pada 03 Oktober 2022.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, J. L. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Ruslli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nazir, Irfan. 2010. *Situs Facebook Dan Tindakan Menggunakan (Studi korelasional Antara Situs Facebook Dengan Tindakan Menggunakan*

Mahasiswa FISIP USU Medan). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara: Medan.

- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugraha, Aditya. 2015. *Fenomena Meme Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram)*. Jurnal Socioteknologi. Institut Teknologi Bandung.
- Pakar Komunikasi. 2017. Pengertian Media Massa Menurut Para Ahli. <https://pakarkomunikasi.com/media-massa-menurut-para-ahli>. Diakses pada 03 Oktober 2022.
- Piliang. 2011. *Dunia yang Dilipat*. Bandung: Matahari.
- Purwaningrum, P. W. 2020. *Meme Sebagai Representasi Kritik Dan Kebebasan Berpendapat Di Ruang Siber*. Jurnal Bahasa dan Sastra. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Prihatna, Henky. 2005. *Kiat Praktis Menjadi Webmaster Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rachmawati. 2022. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru.Tribunnews.Com)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Riau.
- Rintel, Sean. 2013. "Crisis Memes: The Importance of Templatability to Internet Culture and Freedom of Expression" dalam "Australasian Journal of Popular Culture" ed. Adam Geczy, 2013.
- Roby, J. F. 2018. *Pilihan Media Massa Sebagai Sumber Informasi Bagi Remaja Di Kelurahan Ngagel Rejo, Kota Surabaya*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: Surabaya.
- Rudi & Fathya Kautsar. 2013. *Cara Paling Mudah Belajar Internet*. Yogyakarta: Media Kom.
- Shifman, Limor. 2012. *Memes in Digital Culture*. United States of America: The Mitt Press.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syaibani, Yunus Ahmad, dkk. 2014. *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar: Lindu Pustaka.

- Syamsul, Asep & M. Romli. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tanzeh, Achmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Widjaja, HA. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta Rineka Cipta.
- Zakbah. 1996. *Peranan Media Lokal bagi Pembinaan Dan Pengembangan Budaya Daerah Riau*. Tanjung Pinang: Departemen Pendidikan dan kebudayaan.
- Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.