

ANALISIS SEMIOTIKA MEME ‘PROFESI YANG TIDAK DAPAT WORK FROM HOME’ SELAMA PANDEMI COVID-19

Anindita Widiastuti¹⁾, Muhammad Richard Ismail²⁾, Alya Zahrani Iswanto^{3)*}

¹⁾Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran

²⁾Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran

³⁾Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran

ABSTRACT

A meme is capable of picturing a phenomenon which is generally arranged through a picture that is followed by a description that adds up to the representation of a meaning that is intended to be conveyed by a meme creator. A meme may be perceived as unique since it has the ability to express numerous points of view, such as one's or a group of society's political view. The COVID-19 pandemic which is currently threatening the world's public health starting from the end of 2019 introduces an enormous disruption in various fields, including the social aspect in Indonesia. One of the difficulties that the citizens felt is their obligation to do their work from home, as a form of health quarantine, along with physical distancing avoiding interactions that occurred in workplaces. As a government policy, it's only normal that a pro-contra rises in the society. One of the flaws in the policy is the existence of professions which doesn't allow their work to be done at home, specifically for professions such as fishermen, farmers, and construction workers that are also found at the memes which this study analysed. To look at how a public discourse is done through a meme, the study uses Barthes' Semiotic Analysis Model in revealing the myth that exists in the meme found in the social media platforms during the COVID-19 pandemic. The study finds how the memes in the analysis represent a perceived flaw in the Work From Home policy when the policy is directed to several types of professions in Indonesia, as well as it is a form of political critique.

Keywords: Work From Home, COVID-19, semiotic, meme

ABSTRAK

Suatu meme mampu menggambarkan sebuah fenomena yang pada umumnya dirangkai melalui suatu gambar yang diikuti dengan deskripsi yang mendukung representasi suatu makna yang hendak disampaikan seorang pembuat meme. Meme juga dianggap unik oleh karena kemampuannya mengekspresikan berbagai sudut pandang, seperti pandangan politik seseorang atau sekelompok masyarakat. Pandemi COVID-19 yang tengah mengancam kesehatan masyarakat dunia sejak akhir tahun 2019 menghadirkan disrupsi yang besar dalam berbagai sektor, termasuk aspek sosial di Indonesia. Salah satu kesulitan yang dialami masyarakat adalah kewajiban setiap individu untuk melaksanakan pekerjaan mereka dari rumah masing-masing atau yang sering disebut sebagai "Work From Home", sebagai bentuk kekarantina kesehatan dengan pembatasan fisik dari interaksi yang terjadi di tempat berbagai pekerjaan dilakukan. Selayaknya suatu kebijakan pemerintah, resolusi kesehatan ini menimbulkan pro-kontra bagi masyarakat Indonesia. Salah satu kekurangan dari kebijakan ini adalah keberadaan profesi yang tidak memungkinkan pekerjaannya untuk dikerjakan di rumah, khususnya untuk profesi seperti nelayan, petani, dan tukang bangunan yang juga ditemukan pada ketiga meme yang dianalisis pada penelitian ini. Untuk melihat bagaimana ruang publik dimanfaatkan melalui meme, penelitian menggunakan Model Analisis Semiotika Barthes dalam mengulik mitos yang terdapat pada beberapa meme yang hidup di media sosial selama rangkaian pandemi COVID-19. Studi menemukan keberadaan meme yang menunjukkan ketidaksesuaian perwujudan Work From Home bagi beberapa jenis profesi milik masyarakat

* Korespondensi Penulis

Email: aninditawidiastuti@gmail.com,
richardisbdg@gmail.com,
alyazahranii@gmail.com

Indonesia, sebagai bentuk kritik politis. Selain memenuhi fungsi hiburan, sebuah meme juga memiliki potensi untuk menjadi ruang publik bagi masyarakat melalui berbagai saluran dimana meme dapat hidup, yakni media sosial.

Kata Kunci: Bekerja dari Rumah, COVID-19, semiotika, meme

PENDAHULUAN

Istilah meme berasal dari kata Yunani “mīmēma”, dengan arti “sesuatu yang ditiru”, yang kemudian disingkat Dawkins menjadi “meme” sehingga beritme dengan “gene”. (Hull, 2000) Seiring dengan perkembangannya, Knobel & Lankshear (2007) mengungkapkan bahwa istilah meme banyak digunakan oleh pengguna internet untuk menggambarkan penyerapan dan penyebaran cepat dari suatu ide yang disajikan melalui tulisan, gambar, dan berbagai unit budaya lainnya. Selain itu, Cahya & Triputra (2017) menyebutkan bahwa *meme* adalah produk budaya populer yang bertumbuh subur di masyarakat. Meme ini menyebar melalui media sosial seperti *e-mail*, *blog*, *YouTube* dan semacamnya.

Penyebaran meme dianalogikan sebagai sebuah virus. Menurut Alvarez (2004) hal ini didasari atas kemiripan antara meme dengan agen penyakitnya, dengan mengibaratkan meme sebagai flu bacilli yang disebarkan melalui bersin. Bagaimanapun, sebaliknya Jenkins et al. (2009) merasa metafora ini kurang tepat berhubung audiens diibaratkan sebagai makhluk pasif dan tak berdaya yang rentan terhadap dominasi media yang menginfeksi pikiran mereka. *Uses and Gratifications Theory* mengajukan perilaku audiens dimana manusia memiliki kesadaran dalam penggunaan media, serta bersifat aktif dan memiliki tujuan dalam pemanfaatannya (Katz, Blumer, & Gurevitch, 1974). Pernyataan ini kembali dipertegas oleh Rubin et al. (2003) yang menyatakan bagaimana aktor dalam media memiliki motivasi tertentu, serta pilihan konten media seseorang didasarkan pada pencukupan kebutuhan dan keinginan dari masing-masing mereka.

Knobel & Lankshear (2007) mengungkapkan bagaimana meme sebagai unit dari informasi budaya telah menyebar pada jaringan sosial dan berevolusi secara bertahap menjadi fenomena sosial. Ini

mendukung gagasan bagaimana meme dapat membentuk pola pikir hingga perilaku tertentu dari suatu kelompok sosial. Maka dari itu, Shifman (2013) menyatakan bahwa pembuatan meme dapat dijadikan sebagai penyaluran sebuah kritik sosial. Salah satu implementasinya ditemukan pada ‘Diaosi’, sebuah meme internet yang terkenal di China pada tahun 2012 lalu. (Szablewicz, 2014) Selain berguna sebagai kritik sosial, bentuk meme ini juga ditemukan sebagai wujud partisipasi masyarakat dengan mengkritisi kebijakan yang dibuat oleh institusi pemerintah saat menghadapi isu tertentu.

Sejak Desember 2019, berpusat di Wuhan, China, muncul sebuah sindrom pernapasan akut pada manusia yang disebabkan oleh Corona Virus Disease 2019 atau COVID-19 (Zhou, et al., 2020). COVID-19 akhirnya mulai tersebar dan kian meluas ke berbagai negara di dunia. Pada tanggal 13 Januari 2020, Thailand menjadi negara pertama di luar China yang mendeteksi kasus positif COVID-19.

Di Indonesia sendiri, bulan Maret 2020 menjadi awal terungkapnya dua kasus positif COVID-19. (Ihsanuddin, 2020) Karena hal di atas, terbitlah Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang penetapan COVID-19 sebagai jenis penyakit yang menimbulkan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat. Dimana keputusan menimbang Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018, yang mengharuskan Indonesia untuk melakukan kekarantinaan kesehatan sebagai upaya pencegahan dan penangkalan keluar atau masuknya penyakit.

Dengan penetapan kebijakan tersebut, pemerintah perlu menghimbau seluruh lapisan masyarakat untuk mengurangi aktivitas sosial, salah satunya dengan mengadopsi konsep *work from home* atau ‘bekerja dari rumah’ dalam aktivitas kerja yang biasa dilakukan. Presiden Joko Widodo dalam pidatonya pada 15 Maret 2020 kembali menekankan

bagaimana bahwa inilah saatnya seluruh warga Indonesia untuk bekerja dari rumah, belajar dari rumah, dan ibadah dari rumah. (Nurita, 2020) Dengan disrupsi ini, masyarakat perlu menyesuaikan diri, entah dengan lingkungan rumah alias ruang kerja barunya, atau dengan bentuk pekerjaan beserta pengerjaannya yang tentu perlu penyesuaian juga dengan situasi yang terjadi.

Penyesuaian ini dapat diikuti dengan lebih mudah oleh beberapa lapisan masyarakat, bagaimanapun terdapat juga beberapa lapisan masyarakat lainnya yang benar-benar tidak dapat bekerja di rumah, seperti petani ataupun nelayan, padahal Indonesia sendiri adalah negara maritim maupun agraris. Keresahan ini disalurkan oleh masyarakat Indonesia melalui teks, yang salah satu bentuknya adalah meme. Teks seringkali diterima audiens tanpa dipersoalkan lebih lanjut secara kritis. (Burton, 2010) Meme umumnya sekedar dianggap sebagai bahan hiburan, bagaimanapun sebuah meme mampu merepresentasikan pemikiran dari seorang pembuat konten maupun para audiensnya yang berkontribusi dalam membuat meme tertentu viral.

Meme dapat berperan penting saat mengekspresikan pandangan politik, seperti yang digambarkan oleh Pusanti (2015) yang menggunakan Model Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam menganalisis meme politik yang merepresentasikan kritik terhadap beberapa peristiwa politik di Indonesia selama pemilu 2014. Pada peristiwa yang sama, menggunakan Model Analisis Semiotika Roland Barthes, Safitri (2015) menemukan beberapa makna capres boneka melalui analisis yang dilakukannya. Dengan model yang sama, yakni model Barthes, Rorong dan Suci (2019) menemukan makna feminisme pada sampul majalah Vogue versi Arabia Edisi Juni 2018.

Dengan Analisis Semiotika Barthes, penulis hendak menganalisis beberapa meme yang menyindir keberadaan beberapa profesi di Indonesia yang tidak dapat bekerja sesuai dengan arahan pemerintah, yakni bekerja dari rumah selama pandemi COVID-19. Analisis ini hendak membuktikan keberadaan masalah

ataupun keresahan yang terletak dalam masyarakat, dengan bentuk sindiran kepada pemerintah, yang dianggap masih kurang mampu untuk memberikan solusi alternatif bagi para profesi yang menjadi subjek pada meme-meme terpilih.

METODE PENELITIAN

Komunikasi adalah proses penggunaan tanda-tanda dan simbol-simbol yang mendatangkan makna bagi kelompok tertentu. (Sarbaugh, 1993) Berasal dari istilah Yunani, *seemion*, yang berarti “tanda”, Daniel Chandler menyebut semiotika sebagai ilmu tentang tanda-tanda. Menurut Paul Colbey, kata dasar semiotika berasal dari kata dasar *seme* yang berarti “penafsir tanda”. Semiotika juga dapat disebut sebagai studi tentang bagaimana masyarakat memproduksi makna dan nilai-nilai dalam sebuah sistem komunikasi. (Dadan, 2005) Semiotika mengeksplorasi perolehan makna yang dibangun oleh teks tertentu, melalui cara tertentu dalam penataan tanda serta penggunaan kode-kode budaya. (Barker, 2004)

Berdasarkan pengertian Barthes, semiologi mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai berbagai hal. Memaknai berarti bahwa objek-objek selain membawa informasi, juga hendak berkomunikasi, serta mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Signifikansi dilihat sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Barthes juga menganggap kehidupan sosial, dalam segala bentuknya, yang juga adalah suatu sistem tanda tersendiri, sebagai sebuah bentuk signifikansi. (Kurniawan, 2001)

Selaku filsuf, kritikus sastra, dan semolog Prancis, Roland Barthes mengembangkan semiologi menjadi metode dalam menganalisis kebudayaan. Barthes mengutamakan tiga hal sebagai inti dalam analisisnya, yakni makna denotatif, konotatif, dan mitos. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif bukan sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Barthes menggunakan teori *significant-signifie*, yang dikembangkan

menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah *significant* menjadi ekspresi (E) dan *signifie* menjadi isi (C), namun Barthes mengatakan bahwa antara E dan C harus ada relasi (R) tertentu, sehingga membentuk tanda (*sign*). Konsep relasi ini membuat teori tentang tanda mudah berkembang, karena relasi ditetapkan oleh pemakai tanda. (Danesi, 2010)

Barthes juga dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang kerap mempraktikkan model linguistik dan semiologi Ferdinand Saussure. Teori semiotik Barthes diturunkan dari teori bahasa menurut Saussure. Ia berpendapat bahwa bahasa adalah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. (Sobur, 2013) Bagaimanapun, Saussure hanya menekankan penandaan dalam tataran denotatif. Maka itu, Roland Barthes menyempurnakan semiologi Saussure dengan mengembangkan sistem penandaan pada tingkat konotatif, dimana aspek lain dari penandaan berupa “mitos”, atau sesuatu yang menandai suatu masyarakat.

Tabel 1. Peta Tanda Roland Barthes

Language MYTH	{	1. Signifier	2. Signified
		3. Sign	
		I SIGNIFIER	II SIGNIFIED
III SIGN			

Sumber : Barthes, Roland. 1991. *Mythologies*. New York: The Noonday Press..

Peta Barthes menunjukkan bagaimana tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan pertanda (2). Pada saat bersamaan, tanda denotatif juga adalah penanda konotatif (4). Denotasi merupakan tataran pertama yang maknanya bersifat tertutup, yang disepakati bersama secara sosial, yang rujukannya pada realitas. Denotasi dimengerti sebagai makna yang sesungguhnya, bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Tanda konotatif, di sisi lain, terbuka terhadap kemungkinan adanya penafsiran-penafsiran yang baru. Penandanya mempunyai keterbukaan makna atau yang disebut implisit, secara tidak langsung, dan tidak pasti.

Mitos dalam konotasi identik sebagai operasi ideologi. Mitos dapat mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam periode tertentu. (Budiman, 2001) Konotasi yang sudah lama terbentuk di masyarakat juga disebut dengan “mitos”. (Hoed, 2008) Ciri-ciri mitos sendiri menurut Roland Barthes adalah deformatif, intensional, dan memiliki motivasi. (Barthes, 1972) Gejala suatu budaya dipercaya dapat memperoleh konotasi sesuai dengan sudut pandang suatu masyarakat. Jika konotasi kuat, maka ia akan menjadi mitos. Jika mitos sudah kuat, ia akan menjadi ideologi. (Dadan, 2005)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitos yang merepresentasi ketidaksesuaian *Work From Home* bagi beberapa jenis pekerjaan di masyarakat, termasuk tukang bangunan, nelayan, dan petani digambarkan melalui tiga meme yang dianalisis pada studi ini.



Gambar 1. Ketika Tukang Bangunan Kerja dari Rumah. Sumber: <https://9gag.com/>

Pada meme pertama, secara makna denotasi (realitas dan bahasa), terdapat seorang pria yang sedang duduk di ruang makan rumah dengan beragam alat dan bahan bangunan seperti semen, molen pengaduk semen, serta perkakas lainnya. Secara makna konotasi, gambar tersebut menunjukkan hal yang tidak biasa dilakukan oleh seorang tukang bangunan

yaitu melakukan pekerjaan rutinnnya di rumah. Adapun petanda konotatif dari gambar tersebut hendak menyampaikan sebuah pekerjaan yang tidak dapat dilakukan dari rumah.



Gambar 2. Nelayan kerja dari rumah. Sumber: <https://www.facebook.com/srahmahnur.rhmnhs/posts/1850720545060925>

Meme kedua ini adalah sebuah unggahan facebook oleh akun Siti Rahman Nur dengan tulisan “Pemerintah: Kerja dari rumah, Nelayan:”, dilengkapi dengan ilustrasi seorang bapak bersarung yang sedang memancing namun menggunakan joran pancingan, mengarah ke aquarium di ruang tamu. Hal tersebut adalah makna denotasi dari meme tersebut. Adapun makna konotasi yang dapat dianalisis adalah seorang bapak yang diibaratkan sebagai nelayan dan melakukan pekerjaannya di tempat yang tidak biasa atau sesuai dengan yang seharusnya. Aktivitas memancing ikan dilakukan ke arah aquarium di rumah dan menerjemahkan secara petanda konotatif bahwa pekerjaan dirinya sebagai nelayan tidak sesuai bila dilakukan dari rumah.



Gambar 3. Petani kerja dari rumah. Sumber: <https://twitter.com/finrul/status/1242999169918238720?s=20>

Serupa dengan gambar sebelumnya, pada meme ini dapat dilihat sebuah unggahan dari akun dengan nama “direktur tpa” dan username “@finrul” dengan keterangan tulisan “Pemerintah: Kerja dari rumah, petani:” disertai dengan gambar jari-jari tangan, tanah, dan tanaman yang ada pada kuku jari. Hal tersebut adalah makna denotasi bersamaan dengan analisis adanya beberapa tanaman yang ditanam di ujung kuku jari tangan seseorang. Adapun makna konotasi dari meme tersebut adalah gambar jari tangan yang diibaratkan tangan petani yang terpaksa menanam tanaman di sedikit tempat yang tersisa, yakni melakukan hal yang di luar kebiasaannya akibat kebijakan yang diberlakukan.

Mitos yang terdapat pada ketiga meme memperlihatkan bagaimana di tengah keharusan melaksanakan *Work Form Home* seperti yang disampaikan pemerintah, masih terdapat segelintir kalangan di masyarakat yang tidak dapat menjalankannya. Seperti halnya tukang bangunan yang hanya bisa bekerja bila berada di tempat proyek bangunannya, nelayan yang secara normal memancing dan mencari ikan di perairan

lepas, serta petani yang menanam tanaman di kebun atau bekerja di sawah dan lahan yang luas.

Seperti halnya di China, Meng (2011) membuktikan bagaimana diskusi politik tengah berada dalam ruang wacana dan praktik komunikasi di internet, begitu juga ketiga meme dari Indonesia ini merupakan kritik politis dan pengingat bagi para pemangku kebijakan untuk tetap memperhatikan kemungkinan yang ada atas dampak kebijakan dan himbauan terhadap seluruh lapisan masyarakat dengan segala jenis pekerjaannya.

SIMPULAN

Mitos bagaimana eksekusi *Work From Home* tidak sesuai bagi beberapa jenis pekerjaan di masyarakat Indonesia direpresentasikan melalui beberapa meme yang beredar selama rangkaian pandemi COVID-19. Eksistensi klasifikasi meme ini menggambarkan keberadaan pendapat di masyarakat yang melihat kekurangan dalam kebijakan *Work From Home* terkait dampaknya terhadap kalangan masyarakat tertentu. Masyarakat mengharapkan penanganan yang lebih baik yang dapat melindungi seluruh kalangan masyarakat yang terdampak oleh pandemi ini. Analisis pada studi ini menambahkan bukti bagaimana meme yang hidup di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, namun juga berpotensi sebagai ruang publik untuk berbagai fungsinya, salah satunya sebagai ruang penyampaian kritik politis.

DAFTAR PUSTAKA

- Hull, D. (2000). Taking memetics seriously: Memetics will be what we make it. Dalam R. Aunger, *Darwinizing culture: The status of memetics as a science* (hal. 43-168). Oxford, England: Oxford University Press.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). *A new literacies sampler*. New York: Penguin.
- Cahya, M. B., & Triputra, P. (2017). Motives that Influence Participatory Culture Internet Meme (A Case Study of Social Media Path Audience of Postgraduate Communication Students University of Indonesia). *Interact*.
- Alvarez, A. (2004). Memetics: An evolutionary theory of cultural transmission. *Sorites*, 15, 24–28.
- Jenkins, H., Li, X., Krauskopf, A., & Grean, J. (2009). If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes .
- Katz, E., Blumer, J. G., & Gurevitch, M. (1974). "Utilization of Mass Communication by the Individual", in the uses of mass communications: Current perspectives on Gratifications research. *Sage Annual Reviews of Communication Research*.
- Rubin, A. M., Haridakis, P. M., Hullman, G. A., Sun, S., Chikombero, P. M., & Pornsakulvanich, V. (2003). Television exposure not predictive of terrorism fear. *Newspaper Research Journal*, 24, 128-145.
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Szablewicz, M. (2014). The 'losers' of China's Internet: Memes as 'structures of feeling' for disillusioned young netizens. *China Information*.
- Zhou, F., Yu, T., Du, R., Fan, G., Liu, Y., Z., L., . . . Cao, B. (2020). Clinical course and risk factors for mortality of adult inpatients with COVID-19 in Wuhan, China: a retrospective cohort study. *Lancet*, 395, 1054– 1062.
- Ihsanuddin. (2020, 3 3). *Fakta Lengkap Kasus Pertama Virus Corona di Indonesia*. Diambil kembali dari Kompas: <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/03/06314981/fakta-lengkap-kasus-pertama-virus-corona-di-indonesia?page=all>
- Burton, G. (2010). *Media And Society: Critical Perspectives*. UK: McGraw-Hill Education.
- Pusanti, R. R. (2015). Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial "Path")

- sebagai Media Kritik di Era Siber).
Skripsi.
- Rorong, M. J., & Suci, D. (2019).
Representasi Makna Feminisme pada
Sampul Majalah Vogue Versi Arabia
Edisi Juni 2018 (Analisis Semiotika
dengan Perspektif Roland Barthes).
Semiotika.
- Sarbaugh, L. E. (1993). *Intercultural
Communication*. USA: Library of
Congress Catalog.
- Barker, C. (2004). *Cultural Studies*.
Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Dadan, R. (2005). *Tokoh dan Pemikiran
Semiotika*. Jakarta: Tazkiya Press.
- Kurniawan. (2001). *Semiologi Roland
Barthes*. Magelang: Indonesiatara.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami
Semiotika Media*. Yogyakarta:
Jalansutra.
- Sobur, A. (2013). *Filsafat Komunikasi*.
Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Budiman, K. (2001). *Kosa Semiotika*.
Yogyakarta: LKis.
- Hoed, B. H. (2008). *Semiotik dan Dinamika
Sosial Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu
Pengetahuan Budaya, Universitas
Indonesia.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies: Roland
Barthes*. New York: Hill and Wang.
- Nurita, D. (2020, 3 15). *Ini Pidato Lengkap
Jokowi Soal Kerja dan Ibadah di
Rumah*. Diambil kembali dari
Tempo:
<https://nasional.tempo.co/read/1319840/ini-pidato-lengkap-jokowi-soal-kerja-dan-ibadah-di-rumah>
- Meng, B. (2011). From Steamed Bun to
Grass Mud Horse: E Gao as
alternative political discourse on the
Chinese Internet. *Global Media and
Communication*.