

## DEKONSTRUKSI WACANA SUBVERSI MEME #INDONESIA TERSERAH

Chelsy Yesicha<sup>1</sup>, Budi Irawanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Riau

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada

Email: chelsy.yesicha@lecturer.unri.ac.id

Diterima: 9 Juli 2020; Direvisi: 17 Oktober 2020; Disetujui: 24 November 2020

### Abstrak

Praktik kebijakan pemerintah mengenai Covid-19 yang dinilai tumpang tindih menyebabkan tenaga medis di Indonesia bereaksi dengan menggunakan #IndonesiaTerserah di Twitter dalam bentuk video meme. Ini merupakan bentuk kekecewaan tenaga medis yang sebelumnya dielukan sebagai pahlawan yang berada di garda depan pada saat pandemi Covid-19. Reaksi tersebut mendapat dukungan oleh para netizen yang meunggah ulang sebagai konsekuensi tindakan subversif. Artikel ini bertujuan mengkaji praktik, pesan dan ideologi video kreator #IndonesiaTerserah dengan metode analisis meme Limor Shifman melalui tiga dimensi teks asli yaitu *content*, *form* dan *stance*. Penelitian ini menunjukkan bahwa ungkapan "terserah" menjadi sebuah kalimat satire yang umumnya diungkapkan dalam protes akal sehat. Pesan subversif yang terkandung disampaikan dengan logis dan emosional demi membangun kerjasama dan rasa kemanusiaan. Kreator menghasilkan karya video dengan kualitas semi-profesional didukung teks guna mempertegas narasi tokoh. Ideologi perjuangan tenaga kesehatan mempertegas bahwa mereka masih berada di garda terdepan, profesi yang tak mudah tergantikan dengan sekejap namun mudah hilang bila tak terjaga.

**Kata Kunci:** #IndonesiaTerserah, *Cyberculture*, Meme, Subversif

### Abstract

*The overlapping government policy on Covid-19 caused medical personnel in Indonesia to react by using #IndonesiaTerserah on Twitter in the form of meme videos. This is a form of disappointment for those who were previously hailed as heroes who were at the forefront during the Covid-19 pandemic. This reaction received support from netizens who posted it as an act of subversion. This article aims to examine the practices, messages, and ideology of #IndonesiaTerserah video creators using the meme analysis method of Limor Shifman through 3 dimensions of the original text, content, form, and stance. This research showed that the expression "whatever" becomes a satirical sentence consisting of commonsense applications. Subversive messages were delivered logically and emotionally in order to build cooperation and a sense of humanity. The creator produced semi-professional quality videos supported by text to emphasize the narratives of characters. The ideology of health workers emphasized that they were still at the forefront, a profession that cannot be easily replaced but can easily be lost if unprotected.*

**Keywords:** #IndonesiaTerserah, *Cyberculture*, Meme, Subversive

## Pendahuluan

Keberadaan media siber semakin akrab dengan perilaku masyarakat saat ini, kuatnya jaringan internet menjadikan selaras dengan penggunaan teknologi internet yang berkembang beberapa tahun belakangan. Munculnya berbagai aplikasi media sosial menunjang khalayak berinteraksi dan dalam mengemukakan pendapatnya. Tanpa terbatas dengan jarak dan waktu kemudahan aplikasi teknologi ini mendekatkan netizen dengan segala bentuk peristiwa. Internet menjadi benteng budaya rakyat (Marwick, 2013) tidak hanya di dunia sebab di Indonesia sendiri pengguna internet mengalami kenaikan 17% di tahun 2020, totalnya sebanyak 175,4 juta (Haryanto, 2020). Artinya, berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa dapat diartikan 64% penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Hal tersebut menyebabkan kepribadian media, politisi, dan publik beralih menggunakan ke jejaring sosial untuk mendapatkan informasi dan reaksi *real-time* terhadap segala macam peristiwa.

Indonesia berdasarkan jumlah pengguna Twitter menduduki peringkat kedelapan dunia (Ramadhan, 2020). Twitter menjadi media sosial bergensi di Indonesia, layaknya lapangan bagi publik modern yang menyediakan ruang untuk berdiskusi (Tarvin, 2018), berdebat, dan berbagi pandangan dengan jelas dan bebas (Ramadhan, 2020).



Gambar 1. Data Pengguna Twitter (Ramadhan, 2020)

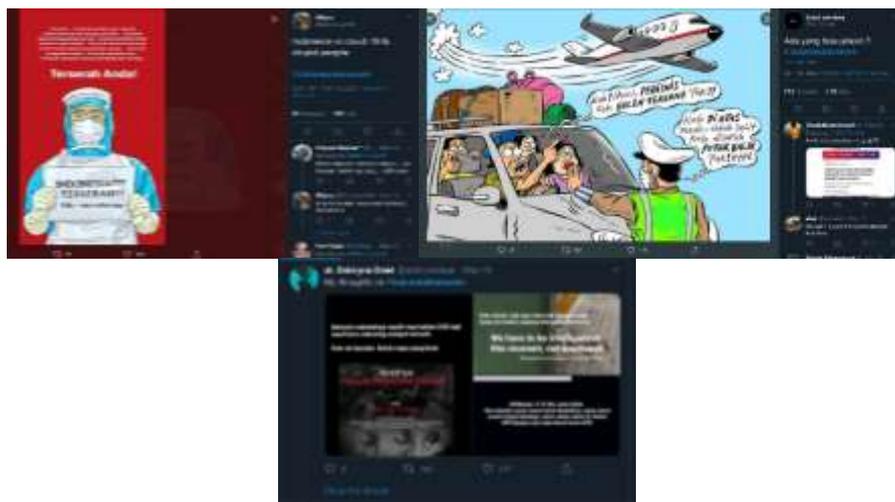
Pandemi Covid-19 memaksakan kita untuk tetap menahan diri, himbauan pemerintah untuk tetap di rumah saja rasanya menjadi sia-sia ketika di tengah pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), Kementerian Perhubungan membuka akses transportasi udara dan darat. Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 25

Tahun 2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Musim Mudik Idul Fitri 1441 H dalam rangka pencegahan penyebaran Covid-19 menggunakan syarat dan ketentuan. Alasannya, kebijakan PSBB belum sepenuhnya efektif dipatuhi masyarakat dan penerapannya belum maksimal menekan penyebaran Covid-19. Pada kenyataannya, sehari setelah kebijakan sejumlah bandara mulai tampak ramai oleh masyarakat yang mencari celah untuk bepergian bahkan tidak lagi mengindahkan himbauan untuk memberlakukan *physical distancing*.

Pada hari Jumat, 15 Mei 2020, sejumlah tenaga medis di Indonesia bereaksi dengan menggunakan *hashtag* atau tagar #IndonesiaTerserah di media sosial Twitter. Hingga 16 Mei 2020, lebih dari 33000 mengunggah di Twitter menggunakan #IndonesiaTerserah dan sempat menjadikannya sebagai *trending topic* nomor 1. Layaknya pergerakan *instants*, warganet mulai berpartisipasi mengunggah ulang berbagai *postingan* foto tenaga medis dengan tulisan Indonesia Terserah juga lengkap dengan sejumlah meme.

Beredar dan viralnya meme #IndonesiaTerserah menjadi bagian dari kajian *cyberculture* dan *cyberspace* yang dapat didekati melalui fenomena kritik lebih luas tidak hanya teknologi dalam *cultural studies* (Bown & Francis Russell, 2019). Sebab *cyberculture* dapat menjadi sebuah gerakan dalam kategori *culture studies* yang menggunakan konvergensi media. Sisi lain yang menarik dikaji dalam *cyberculture* adalah mengenai identitas (Nasrullah, 2014). Dari fenomena tersebut, jelas memperlihatkan internet dan jaringan komunikasi menjadi bagian dalam budaya nyata yang dihadirkan dalam gerakan aksi virtual dengan mengonstruksikan identitas tenaga kesehatan sehingga menarik perhatian warganet untuk berpartisipasi.

Reaksi para tenaga medis dalam meme #IndonesiaTerserah menjadi bentuk kekecewaan mereka yang sebelumnya dielukan sebagai pahlawan yang berada di garda terdepan pada saat pandemi Covid-19. Mereka kecewa dengan pemerintah yang memberikan kelonggaran pergerakan masyarakat menjelang lebaran namun juga kritikan perilaku masyarakat yang tidak disiplin dengan protokol kesehatan pencegahan penyebaran virus Covid-19. Sebuah tindakan subversif dan konsekuensi terhadap praktik kebijakan pemerintah yang dinilai tumpang tindih.



Gambar 2. *Postingan Meme dengan Tagar #IndonesiaTerserah*  
(Sumber: Twitter #IndonesiaTerserah)

Meme internet secara singkat didefinisikan oleh Shifman (2013) sebagai “sekelompok barang digital yang berbagi karakteristik umum dari konten, bentuk, dan/ atau pendirian, yang diciptakan dengan kesadaran satu sama lain, dan diedarkan, ditiru, dan /atau diubah melalui internet oleh banyak pengguna”. Hal yang lazim digunakan pada *cyberculture* di mana para kreator mulai turut bereaksi tak hanya melalui komentar namun memberikan kreasi mereka melalui meme internet yang tercipta penuh makna kemudian mengunggahnya dengan menyesuaikan tema dalam tagar tertentu dan situasi saat itu. Meme yang beredar saat ini cenderung menggunakan argumen-argumen pendek yang disajikan dengan gambar dengan pesan sederhana. Pesan tersebut tentunya disesuaikan dengan fenomena yang sedang *viral* dan menjadi pembicaraan atau menarik perhatian publik. Berinteraksi dengan konten, yaitu budaya populer dan sering kali konten budaya populer yang dibuat pengguna, telah menjadi dasar untuk berpartisipasi dalam bidang digital baru ini (Shifman, 2012, 2013). Dalam fungsinya sebagai penyampai ide, gagasan, sikap, dan wacana, meme lazim disampaikan dalam konteks komunikasi santai, informal, atau bahkan humor (Lehman, Rowland, & Knapp 2016, p. 19). Praktik memetika bukan hanya sekedar ekspresi dari norma sosial budaya yang ada, tetapi juga alat sosial untuk menegosiasikannya (Murfianti, 2018; Wadipalapa, 2015). Dalam praktiknya meme merupakan pesan yang diadaptasikan dan dikembangkan sesuai norma yang terkandung di dalam masyarakat.

Menurut Butler (1997) pembentukan norma bukanlah proses abstrak, tetapi membutuhkan realisasi tindakan komunikatif kepatuhan atau subversi setiap individu yang memilih untuk menggemakan atau menentang versi memetika tertentu berpartisipasi dalam proses yang kompleks ini. Dengan demikian, meme internet adalah tindakan performatif yang artinya setiap pilihan selektif mencerminkan sikap khusus pencipta meme, namun juga berkontribusi pada negosiasi yang sedang berlangsung mengenai norma. Dalam proses ini, kepatuhan terhadap norma memperkuat batas-batas kolektif dan meningkatkan transparansi mereka sebagai alami. Penyimpangan, di sisi lain, mengekspos infrastruktur normatif komunitas dan dengan demikian dapat melemahkan kekuatan norma yang membatasi atau memosisikan individu atau kelompok di luar kolektif (Gal, Shifman, & Kampf, 2016).

Limor Shifman menjelaskan bahwa tiga fungsi meme dalam konteks politik. Pertama, bentuk persuasi dan advokasi politik. Kedua, wujud tindakan akar rumput. Ketiga, mode ekspresi dan publik diskusi. Lebih lanjut, Shifman menjelaskan bahwa fungsi meme tersebut di atas berlaku dalam konteks masyarakat demokratik dan nondemokratik. Khusus untuk konteks masyarakat nondemokratik, meme berfungsi subversif. Artinya meme memiliki fungsi yang serius sebagai bentuk perlawanan di negara non-demokratik (Mahadian, Sugandi, & Prasetyo, 2019, p. 40) untuk memperluas spektrum demokrasi (Allifiansyah, 2017). Ryan Milner menyebutkan kasus meme cenderung mencerminkan latar belakang sosiodemografi pencipta meme yang meniru *stereotype hegemonic* yang berakar dan pada saat yang sama juga digunakan secara subversif, menciptakan wacana “polivokal” di mana berbagai sudut pandangan ideologis diungkapkan (Gal et al., 2016, p. 1701). Media digital yang memungkinkan pembentukan identitas dalam kelompok tertentu, terutama melalui video meme yang dimediasi bentuk partisipasi budaya solidaritas yang memerlukan tingkat tertentu.

Apalagi pemahaman melek media sosial yang efektif (Silvestri, 2016) atau *compliment response* seseorang perlu dibuktikan eksistensinya dari *postingan* dirinya dalam realitas sosial di internet terhadap suatu peristiwa termasuk dalam *postingan* dukungan meme #IndonesiaTerserah sebagai suatu perlawanan dalam sebuah kebijakan. Fenomena ini menarik untuk dikaji ketika sebuah profesi yang dianggap mulia kemudian melakukan sebuah perlawanan dengan cara yang sangat etis tetap menerapkan tuntutan protokol kesehatan karena tidak perlu turun ke jalan.

Internet meme sangat relevan dengan pekerjaan dalam berbagai kasus karena bersifat publik mulai dari memilih untuk mengunggah ulang versi meme tertentu di era digital secara bersama untuk membangun solidaritas individu ataupun kolektif. Meme bisa ditemukan di mana saja (Palupi, 2018) karena ia merepresentasi kehidupan masyarakat untuk mengkritik kehidupan sosial dan politik (Handayani, Chasanah, Mahmudah, Assidik, & Waljinah, 2019). Karya yang dihasilkan tidak hanya berbentuk gambar namun juga video meme dan tidak hanya berhubungan dengan partisipasi *culture studies* sebab umumnya pesan yang disampaikan mengandung unsur humoris, edukatif, persuasif hingga politis.

Merujuk dalam artikel penelitian Noam Gal, Limor Shifman dan Zohar Kamp, meme “*It Get Better*” dikonseptualisasikan sebagai tindakan performatif, diterapkan baik untuk tujuan persuasif (mencegah bunuh diri *gay* remaja) dan untuk pembangunan identitas kolektif dan norma. Selain itu, konsep meme sebagai alat metodologis yang memungkinkan pemetaan norma diskursif di tempat kerja, menentukan siapa yang dimasukkan ke dalam dan dikecualikan dari wacana, serta yang narasi, konvensi, dan perilaku yang dianut dan melegalkan (Gal et al., 2016, p. 1710). Artikel tersebut mengungkapkan bahwa video meme digunakan sebagai kampanye LGBT namun tidak menggagas hal tersebut sebagai bentuk subversif dan kepatuhan dalam tiga dimensi meme.

Kajian video meme di Indonesia belum ditemukan. Umumnya penelitian tentang meme menggunakan replikasi gambar atau foto dan menghubungkan dengan pesan yang bernuansa humor (Listiyorini, 2017; Dewi, 2019) dan citra (Dewi, 2017). Studi terdahulu mengenai meme atau tagar berwacana politik menunjukkan telah terjadi pergeseran tindak *stereotyping* dalam bentuk satire (Mahadian et al., 2019; Kusno & Bety, 2017), namun tidak menggunakan pendekatan Limor Shifman. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk membongkar ideologi video kreator dalam wacana subversif pada video meme #IndonesiaTerserah.

### **Metode Penelitian**

Kajian ini menggunakan pendekatan dari Limor Shifman dengan model tiga dimensi untuk menganalisis meme, peserta yang bergabung dengan wacana dapat memilih untuk meniru salah satu atau lebih dari tiga dimensi teks asli, yaitu *content*,

*form* dan *stance* (Gal et al., 2016). *Content* mengacu pada ide dan ideologi yang terdapat dalam teks melalui tema ataupun *framing* yang dimanifestasikan dalam video. *Form* mengacu pada komposisi pesan (misalnya, kualitas produksi amatir/profesional, pengaturan pribadi/publik, *mise-en-scène*, jumlah protagonis). Sedangkan *stance*, mengacu pada struktur partisipasi (misalnya, identitas pengalaman/penerima), kunci (misalnya, nada bicara), dan fungsi komunikatif yang tertanam (Gal et al., 2016, p. 1701). Batasan yang dikemukakannya ini bisa membantu peneliti dalam menganalisis video meme sebagai wacana publik di mana berbagai varian memetis (*memetic*) merepresentasikan beragam suara maupun perspektif (Shifman, 2013, p. 47).

Video meme dipilih karena kelengkapannya dalam menyajikan pesan dari meme mengandung unsur audio, visual dan narasi. Secara *purposive*, penelusuran dilakukan berdasarkan kriteria, di antaranya menggunakan *caption* #IndonesiaTerserah untuk menampilkan pengelompokan konten berdasarkan video di mesin pencarian Twitter, dipublikasikan atau *retwit* pada 15 Mei 2020 hingga 30 Mei 2020 (peneliti memberikan jarak 2 minggu dari *postingan* awal tagar tersebut dimulai), dan menampilkan tokoh atau menggunakan atribut sebagai tenaga medis dikarenakan munculnya tagar tersebut memang berasal dari tenaga medis sehingga akan jelas pesan subversif yang ingin mereka tampilkan. Berdasarkan kriteria tersebut, dipilihlah tiga video meme. Analisis data dimulai dari mendekonstruksi teks menjadi fitur-fitur terpisah, beberapa di antaranya saling bertentangan, sambil memeriksa kontribusinya pada keseluruhan pesan dan perubahan proses memetika.

## Hasil dan Pembahasan

Cuitan dengan #IndonesiaTerserah mulai mewarnai Twitter sejak Jumat 15 Mei 2020. Media sosial Twitter menjadi perhatian pengguna dengan *trending topic* yang selalu mengundang perhatian netizen dan media massa lain. Mereka dengan mudah menyimak apa yang sebenarnya menjadi perhatian publik. Hal umum terjadi dalam kasus cuitan di Twitter, ketika *trending topic* di Twitter, kasus tersebut sering dijadikan sebagai tajuk utama media ataupun menjadi topik bahasan diskusi di berbagai tempat. Terlepas apakah topik-topik tersebut direkayasa sedemikian rupa untuk mendapat perhatian, namun fitur tersebut tetap memiliki peran yang penting. Berikut analisis dari ketiga meme video #IndonesiaTerserah:

### *Analisis Video Meme “Use Your Mind”*



Gambar 3. Capture Video “Use Your Mind”

#### *Content*

Pada bagian awal video protagonis menyampaikan permohonan, seakan mengiba agar dapat dipahami atau menumbuhkan empati dari penonton. Karena protagonis lebih dari satu, mereka memosisikan diri sama dengan penonton atau masyarakat yang dituju dalam pesan yang memiliki keinginan untuk mudik, berkumpul keluarga terutama orang tua. Bagian pesan positif dilakukan di awal dengan membuka pesan subversif bahwa mereka ingin dimanusiakan oleh semua pihak tak terkecuali pemerintah. Narasi ini mencoba menumbuhkan kembali kesadaran akan perjuangan bersama dalam melawan Covid-19. Bagian pesan negatif, mereka menjatuhkan harga diri profesinya dengan permohonan dukungan pada semua untuk tetap di rumah saja. Hal tersebut merupakan seruan kebijakan pemerintah untuk tidak mudik mengingat bangsa yang amnesia dengan protokol kesehatan akibat diberi celah. *Videomaker* menggugah perilaku disiplin masyarakat sebagai upaya perjuangan pencegahan penyebaran Covid-19. Ideologi yang ditanamkan memperlihatkan bahwa mereka juga manusia yang membutuhkan orang lain salah satunya kerja sama.

Struktur dimensi ini menampilkan pedoman tematik berupa kampanye dukungan untuk bekerja sama memutuskan mata rantai Covid-19. Penekanan penularan yang perlu diupayakan bukan hanya menjadi tanggung jawab medis semata. Mengatasnamakan kolektivitas dari pihak medis, *videomaker* mencoba menyentuh empati perlunya kerja sama. Mereka hanya dapat menghimbau semua demi diri mereka juga yang terbatas dengan ruang gerak dan tuntutan pekerjaan yang awalnya dielukan sebagai pahlawan di

garda depan. Ada rasa iri terpendam, amarah yang tak tersampaikan bahkan lelah yang tak jelas kapan kelar.

Struktur pesan yang disampaikan merupakan penekanan yang bersifat repetitif. “Jangan berkumpul jangan mudik, tetap di rumah saja sayangi diri Anda sayangi keluarga Anda.” Keterbatasan kemampuan para medis dalam menjalankan tugas, rasa lelah dan putus asa dengan fenomena di luar sementara mereka terus dihadapkan dengan keterbatasan ruang gerak. Di akhir video, muncul klaim oleh Kitabisa atau Kitabisa.com, situs donasi dan menggalang dana (*fundraising*) untuk inisiatif, *campaign* dan program sosial.

### *Form*

Narasi disampaikan secara *cut to cut* oleh lima orang protagonis yang terdiri dari dua orang perempuan dan tiga orang laki-laki. Hasil dari kualitas video dinilai semi-profesional artinya tidak bisa dikatakan oleh seorang pakar maupun orang/lembaga yang memang berprofesi sebagai *videomaker* atau *videographer*. Video diproduksi dan diedit dilengkapi dengan unsur teks, *setting*, *property*, kostum, *lighting* hingga *background*. Unsur produksi tersebut tampak mempertegas pesan dalam bingkai tema meme.

### *Stance*

Protagonis penuh emosional dalam rasa iba dan memelas menyatakan pesan, kata tolong, mohon dengan sikap ego masyarakat yang mengabaikan ancaman dari Covid-19. Sikap “ngeyel” tersebut mencerminkan dari konteks sosial masyarakat yang menganggap remeh situasi tersebut. Struktur partisipasi protagonis mewakili secara kolektif sebagai pihak tenaga kesehatan dengan menunjukkan kompetensi yang tinggi. Target penerima pesan merupakan semua masyarakat secara umum dengan menanamkan fungsi persuasif.

### *Analisis Video Meme “Terserahlah”*



Gambar 4. *Capture Video “Terserahlah”*

#### *Content*

Dalam video ini telah dibubuhi dengan identitas #IndonesiaTerserah di kiri atas. Setiap kalimat yang diucapkan oleh tokoh juga disertai dengan teks tertulis sebagai penegasan pesan yang disampaikan. Tidak diketahui keaslian ataupun bahkan identitas protagonis, namun pesan yang disampaikan di bagian awal bersifat ancaman dari sebuah konsekuensi yang akan terjadi nanti. Setiap kata “Terserahlah” disampaikan dengan lantang serta tulisan huruf besar dengan tanda seru. Ancaman sikap tidak peduli oleh tenaga medis ditunjukkan dengan membanggakan kompetensi profesi yang mereka miliki. Pesan subversif yang dibangun secara positif memperlihatkan betapa mulia dan pentingnya profesi ini. Kalimat yang disampaikan cenderung bersifat satire, dengan menantang kompetensi yang mereka miliki. Perjuangan pekerjaan mulia yang tidak bisa mereka sikapi dengan risiko tinggi dan tidak bisa mereka putuskan secara egois salah satu faktornya terikat sumpah. Ideologi *videomaker* yang ditanamkan dalam meme video tersebut adalah kalian masih membutuhkan kami, tenaga medis.

#### *Form*

Narasi yang bersifat logis diajukan protagonis agar kita berpikir fokus terhadap apa yang dinyatakan. Pencahayaan terfokus pada protagonis dengan latar hitam dan teks, memberikan menegaskan daya tarik penonton untuk memahami apa yang ia sampaikan. Hal tersebut terkesan kampanye yang dilakukan guna mengasah kognitif dan menumbuhkan unsur afektif keterlibatan penonton. Untuk itu, narasi logis

dipersiapkan oleh sumber melalui pemilihan bahasa. Instrumen gugur bunga yang disampaikan menjadi sebuah peringatan mereka pahlawan.

### *Stance*

Pesan disampaikan secara menantang memperlihatkan sikap kompetensi yang tinggi dalam retorika protagonis sehingga sangat efektif mempersuasi partisipasi warganet. Nada bicara yang diciptakan memberikan amarah dengan ancaman risiko ataupun konsekuensi.

### *Analisis Video Meme “Medical Team Fighting”*



Gambar 5. *Medical Team Fighting*

### *Content*

Narasi yang ringkas ini menjadi pencitraan profesi tenaga kesehatan yang juga mendukung gerakan #IndonesiaTerserah, meski demikian konteks yang mereka tampilkan sangat dalam. Tuntutan sumpah jabatan tidaklah mudah untuk mereka tinggalkan dalam perjuangan profesi mulia mereka. Hal yang menarik untuk dilihat menjadi sebuah pesan subversi yang mereka sampaikan melalui penekanan potongan lirik lagu yang memperlihatkan bahwa mereka sedang dalam keadaan terancam. Konsekuensinya yang terjadi ketika mereka benar-benar tidak ada dan masyarakat kehilangan jasanya. Mereka menghadapi tuntutan risiko tertular yang sangat tinggi apalagi dengan minimnya alat pelindung diri (APD) di sejumlah rumah sakit, serta derita psikis berjauhan dari orang yang mereka cintai.

### *Form*

Elemen subversi yang terkandung dalam video semi-profesional ini cukup mengunggulkan narasi yang diusung protagonis seakan diberikan kepada penonton sebagai penegasan retorik mereka. Video lebih dikombinasi dengan audio dominan dari lagu “*Someone You Love*” sebagai *back song*. Peningkatan popularitas lagu yang menjadi tulang punggung meme (Soha & McDowell, 2016), aspek audio nuansa *ballads* memberikan implikasi menarik dalam desain meme yang menyentuh kognitif dan afektif warganet. *Videomaker* diketahui memproduksi meme menggunakan TikTok, sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi klip video 15 detik. (Miladi, 2018)

### *Stance*

Struktur partisipasi yang ditampilkan bersifat homogen yang mengasosiasikan kolektivitas mereka sebagai tenaga kesehatan yang dipertegas dengan kostum yang mereka gunakan. Tujuannya menarik perhatian warganet untuk memahami posisi mereka dan menjadi bagian dalam pekerjaan mereka. Mereka butuh bantuan dukungan untuk dipahami posisinya, sikap protes namun tidak sepenuhnya meninggalkan tanggung jawab dan ingkar terhadap sumpah profesi.

### ***Identitas Pesan Subversi Meme #IndonesiaTerserah***

Dekonstruksi frasa #IndonesiaTerserah, terserah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (KBBI, 2020) memiliki makna sudah diserahkan (kepada), pulang maklum (kepada), tinggal bergantung (kepada), dan masa bodoh. Terserah juga dirincikan oleh Agustien (2018) sesuai dengan budaya sosial masyarakat Indonesia, yaitu kondisi sikap bingung seseorang apa yang sebenarnya ia diinginkan, tidak, penolakan secara halus, *bodo amat*, sikap tidak peduli, sikap ekspresi marah melalui kata, dan perkara kepekaan yang perlu dilibatkan. Dapat disimpulkan bahwa makna #IndonesiaTerserah menunjukkan konstruksi sikap tidak peduli terhadap kondisi bangsa Indonesia, sebuah rasa emosional yang terkandung didalam sikap tersebut.

Meme menjadi sebuah bentuk komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan selama komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan berbagai macam emosi (Nugraha, Sudrajat, & Putri,

2015, p. 235). Perlu dicatat, hasil penelitian L. Grundlingh yang berjudul *Memes as speech acts* menyebutkan bahwa komunikasi menggunakan meme lebih kompleks daripada yang mungkin dilakukan dengan diharapkan. Artefak meme tidak hanya menjadi media yang di-remix dan digunakan kembali dalam jumlah banyak cara yang berbeda (Wiggins & Bowers, 2015) sehingga pembaca perlu menafsirkan meme dan konteksnya dengan benar. Komunikasi melalui meme dapat menyebabkan kesalahpahaman meskipun pengguna media sosial memiliki pengetahuan cukup tentang meme dan mengerti bagaimana berkomunikasi secara online (Grundlingh, 2018;42).

Saat ini warganet memiliki banyak ruang untuk bisa menyalurkan hak untuk berekspresi dengan kreatif (Nugraha et al., 2015). Analisa secara utuh dalam konten dengan pesan subversif membangkitkan rasa *humanity* terhadap tenaga kesehatan, Terdapat dua dikotomi pesan tajam yang disampaikan. Secara negatif, memberikan ancaman kepada semua pihak jika tenaga medis tidak lagi dapat memberikan jasanya sebagai bentuk konsekuensi. Pesan positif berupa dukungan dan solidaritas dalam yang dimulai dari kesadaran diri kita untuk mematuhi protokol kesehatan. Keduanya berhubungan dengan batas kesanggupan dan kemampuan dari perjuangan mereka. Pesan dikonstruksikan secara logis dan mengandung protes secara kolektif. Dimensi bentuk yang dialamatkan dalam video meme berupa uraian cerita disatukan dengan cara semi profesional. Kombinasi ini menghasilkan bentuk yang melekat pada fitur dari genre amatir, semi-amatir atau video buatan rumah lainnya (Silvestri, 2016, p. 40). Music dan teks narasi yang dituliskan menjadi penegasan sisi afektif, partisipasi kolektif dalam kebersamaan diciptakan dengan kompetensi komunikatif yang tinggi melalui atribut, *setting* yang dikenakan sehingga efektif bagi khalayak yang menerima pesan.

Meme #IndonesiaTerserah mengandung pesan komunikatif dan menjadi gerakan panggilan bagi warganet untuk menyatukan rasa solidaritas dan subversi terhadap implikasi lemahnya protokol kesehatan yang dibangun di Indonesia. Gerakan ini merupakan perlawanan tenaga medis terhadap kebijakan pemerintah yang tak mungkin mereka usik. Kelonggaran atas kebijakan yang digulirkan oleh pemerintah menjadi angin surga bagi masyarakat Indonesia yang terkurung sekitar dua bulan dengan pembatasan ruang gerak, berkumpul hingga peniadaan tradisi mudik lebaran akhirnya meledak saat pandemi Covid-19. Pemerintah dianggap abai mengawasi efek kebijakan tersebut, meremehkan pengorbanan mereka. Kecenderungan *videomaker* tak memiliki

keberanian untuk menunjuk pemerintah langsung sebagai pemicu namun hal yang bisa mereka lakukan hanyalah menyentuh kesadaran masyarakat dengan konsekuensi ancaman bagi semua. Dalam penelitian terdahulu, meme sering dianggap bermakna parodi, *hyperreality* dan repetisi (Juddi, 2019). Karenanya, sulit untuk menentukan mana yang betul-betul asli dan mana yang rekayasa. Meme yang beredar saat ini banyak rekayasa dan permainan simbol untuk membangun citra diri (Dewi, 2017, p. 28). Di sini meme berimplikasi kritik dengan perlawanan simbolik terhadap tumpang tindihnya kebijakan pemerintah. Sikap reaktif yang menampilkan makna tidak peduli dihadirkan berulang-ulang sebagai penekanan, tidak sekedar bentuk amarah atas dilematis yang mereka rasakan sebagai pengembal sumpah profesi mulia yang juga memiliki keinginan yang sama dengan semua.

Identitas kolektif yang mereka konstruksikan adalah kami masih garda depan artinya dalam situasi pandemi ini tenaga kesehatan merupakan pihak yang paling terbebani dengan resiko positif Covid-19. Hal tersebut sekaligus menjadi pesan subversif bahwa perlu kerjasama dan dukungan semua pihak untuk memutus resiko penyebaran, minimal dalam mematuhi protokol kesehatan.

Video berkualitas produksi semi amatir dengan menampilkan protagonis lekap dengan baju hazmat yang melabelkan dirinya sebagai tenaga kesehatan. Baju hazmat merupakan baju yang diwajibkan dikenakan oleh tenaga medis saat menangani pasien Covid-19. Representasi sekaligus menunjukkan bahwa beratnya beban mereka dalam menjalankan tugas, tidak leluasa bergerak dan bernapas. Transformasi protagonis yang beragam dalam video menunjukkan bahwa apa yang mereka suarakan bersifat kolektif, kami tidak sendiri. Hal ini menjadi korpus meme dalam #IndonesiaTerserah yang ditujukan kepada masyarakat Indonesia, khususnya yang tidak menaati protokol kesehatan. Narasi subyek dan kolektif merupakan bagian penting bagi kelompok minoritas “*left out of the privileges of dominant culture, those bodies without voice in the political sense*” (Gal et al., 2016, p. 1700).

Warganet mengkritisi sikap masyarakat yang mengabaikan keselamatan diri dan orang lain ditampilkan dari ketidakpatuhan masyarakat, misalnya dalam menjaga jarak sosial, memakai masker, tetap di rumah saja, dan mematuhi aturan PSBB. Persamaan ideologi yang dilekatkan dalam meme kritik terhadap pemerintah dan ketidakdisiplinan warga menyatukan para tenaga medis dengan warganet. Konteks meme tersebut tidak

hanya memberikan dukungan untuk tenaga medis namun juga mencoba menyadarkan pemerintah dan masyarakat yang tidak disiplin dengan perilaku kesehatan saat pandemi. Dinamika dasar yang digunakan meme sebagai objek dorongan dan pertukaran sosial dapat diharapkan muncul dalam berbagai latar, tidak hanya dapat dilihat sebagai alat ekspresi tetapi juga sebagai cara untuk membangun kesamaan dan kekeluargaan di antara pihak yang bertikai (Shifman, 2013, p. 498). Kompetensi komunikasi diyakinkan dengan tampilan atas nama tenaga kesehatan, wacana dihadirkan dari video meme #IndonesiaTerserah sebagai pengingat dari realitas yang ada dan kecaman keras atas ketidakpedulian nasib bangsa. Praktik diskursif tenaga kesehatan yang disampaikan menjadi suatu sikap mulia namun menimbulkan sikap konservatif saat semua tidak kooperatif. Rasa emosional yang ditampilkan dengan serius ditujukan untuk mengajak semua merenung dan bekerja sama menaati protokol kesehatan.

Hubungan antara meme dan norma dengan demikian ada dua, yaitu meme mencerminkan norma dan merupakan praktik utama dalam pembentukan mereka (Lehman et al., 2016). Wacana teks publik dominan yang dihadirkan sebagai bentuk budaya populer masih bersifat lokal “suka suka kalian saja” menggambarkan rasa amarah dan masa bodoh. Meme internet adalah tindakan performatif, setiap pilihan selektif mencerminkan sikap khusus pencipta meme, namun juga berkontribusi pada negosiasi yang sedang berlangsung mengenai norma. Dalam proses ini, kepatuhan terhadap norma memperkuat batas-batas kolektif dan meningkatkan transparansi mereka sebagai alami. Sehingga kampanye meme video #IndonesiaTerserah dibuat dengan menawarkan beberapa konsekuensi positif dan negatif. Konsekuensi positif ditunjukkan melalui himbuan secara verbal disampaikan oleh *videomaker* melalui protagonis tetap membangkitkan kesadaran masyarakat pentingnya kerjasama dalam menjalankan protokol kesehatan. Konsekuensi negatif menampilkan ancaman yang tidak disadari dapat menghilangkan kehadiran tenaga medis dalam menyelesaikan pandemi ini. Ideologi yang dikonstruksikan *videomaker* mengingatkan bahwa tenaga kesehatan masih menjadi pahlawan di garda depan.

Dari penelitian meme di media daring yang telah dilakukan ditemukan tiga implikatur. Implikatur yang paling banyak yaitu menyindir, disusul menyarankan, dan hanya sebagian kecil implikatur menyindir sekaligus menyarankan (Listiyorini, 2017). Impikatur tersebut cenderung menjadi sebuah hiburan karena sifatnya yang sering

menimbulkan humor atau satire (Mahadian et al., 2019; Listiyorini, 2017; Wadipalapa, 2015). Bentuk impilkatur menyindir sekaligus menyarankan menjadi peneguh wacana yang dibangun dalam konstruksi identitas virtual dalam penelitian ini. Meme sebagai sebuah *speech act* yang dinilai bukan sekedar dari apa yang disampaikan namun juga disampaikan dari artefak yang digunakan (Grundlingh, 2018). Meski sebelumnya tidak menyampaikan secara rinci karena tidak menggunakan meme video. Penelitian ini menjelaskan dengan rinci praktik dan pesan ideologi yang sebenarnya ingin disampaikan oleh kreator, secara mendalam apa saja yang sebenarnya tersentuh dalam pesan subversi yang dituju.

### **Penutup**

Meme baik di era pra-digital maupun era digital, sangat terkait dengan proses pembentukan norma. Praktik *content* video meme bukan hanya ekspresi dari norma sosial budaya yang ada, tetapi juga alat sosial untuk menegosiasikannya. Meme #IndonesiaTerserah menjadi alat kampanye untuk mempersuasi masyarakat Indonesia melalui pembentukan identitas tenaga medis. Konsep naratif dalam video meme merepresentasikan performatif kolektif para tenaga kesehatan yang mengarah pada perjuangan berat dari profesinya. Dari dimensi *form*, pesan subversif disampaikan dengan pertanyaan logis dan emosional mengalirkan empati antara setiap partisipan dengan tujuan membangun kerjasama dan rasa kemanusiaan terhadap perjuangan tenaga kesehatan. Pesan yang disampaikan untuk dapat menimbulkan rasa kepatuhan yang bertanggungjawab pada semua lapisan masyarakat sebagai upaya baik untuk disiplin menjaga kesehatan diri kita, keluarga dan bangsa. Ideologi yang ditanamkan adalah protes logis dimana, ungkapan terserah menjadi sebuah kalimat satire yang umumnya diungkapkan dalam protes akal sehat. Kritik tersembunyi disampaikan pada pemerintah dianggap belum maksimal dalam menekan penyebaran Covid-19 sehingga membuka peluang perilaku masyarakat indisipliner dengan protokol kesehatan. Hal yang paling utama meski pekerjaan tersebut dianggap mulia, mereka dianggap pahlawan bahkan diiming dengan gaji dan bonus yang melimpah, tidak akan mengubah kekhawatiran mereka akan kehilangan nyawa bahkan harus berpisah dengan keluarga. Tekanan ancaman kompleks yang sebenarnya lebih rentan dialami oleh tenaga kesehatan. Tagar #IndonesiaTerserah bukan berarti menyerah, pasrah bahkan tidak peduli terhadap nasib

bangsa ini. Identitas kolektif dari dimensi *stance* mereka tanamkan sebagai alarm bahwa mereka masih garda terdepan, profesi yang tak mudah tergantikan dengan sekejap bahkan bisa hilang bila tak terjaga. Bentuk video meme semi-profesional lengkap didukung teks, musik dan pencahayaan, *setting* dan *wardrobe* yang mengidentifikasi kompetensi profesi kesehatan dan membangkitkan empati.

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji meme dari sudut pandang yang lebih menarik seperti dari resepsi, motif dari netizen atau kreator termasuk menghubungkannya dengan ekonomi politik, terutama yang berbentuk video meme.

### Daftar Pustaka

- Agustien, A. A. (2018). *Makna Sebenarnya Saat Seseorang Ngomong "Terserah."* <https://www.provoke-online.com/index.php/special/17188-makna-sebenarnya-saat-seseorang-ngomong-terserah>
- Allifiansyah, S. (2017). Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 151. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.676>
- Bown, A., & Francis Russell. (2019). Afterword: Post\_Meme. In *Post Memes*. Punctum Books. <https://doi.org/10.21983/P3.0255.1.21>
- Dewi, R. S. (2017). "Meme" sebagai sebuah Pesan dan Bentuk Hiperrealitas di Media Sosial. *Mediakom*, 1, 16–28. [www.gunadarma.ac.id](http://www.gunadarma.ac.id)
- Dewi, R. S. (2019). Kreator Meme dan Konstruksi Makna Meme Politik di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Global*, 8, 1–16.
- Gal, N., Shifman, L., & Kampf, Z. (2016). "It Gets Better": Internet memes and the construction of collective identity. *New Media and Society*, 18(8), 1698–1714. <https://doi.org/10.1177/1461444814568784>
- Grundlingh, L. (2018). Memes as speech acts. *Social Semiotics*, 28(2), 147–168. <https://doi.org/10.1080/10350330.2017.1303020>
- Handayani, E. N., Chasanah, S. N., Mahmudah, N., Assidik, G. K., & Waljinah, S. (2019). Representasi Kehidupan Dalam Program Meme di Instagram: Analisis Wacana Kritis Model. *The 10th University Research Colloquium 2019 Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Gombong*, 180–184.
- Haryanto, A. T. (2020). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Juddi, M. F. (2019). *Hashtag Twitter Sebagai Budaya Populer Media Siber (Analisis Wacana Kritis Penggunaan #KoalisiPraBOHONG Oleh Akun Twitter @MemeTanpaHurufK Dalam Membongkar Fakta di balik Hoax Ratna Sarumpaet)*. In *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*. Bandung: Unpad Press
- KBBI. (2020). *Terserah*. <https://typoonline.com/kbbi/Terserah>
- Kusno, A., & Bety, N. (2017). Analisis Wacana Kritis Cuitan Fahri Hamzah (FH) Terkait Hak Angket Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 6(2), 137-159. <https://doi.org/10.26499/rnh.v6i2.462>
- Lehman, C., Rowland, N. J., & Knapp, J. A. (2016). Memes in Digital Culture. *The*

- Information Society*, 32(2), 162–163.  
<https://doi.org/10.1080/01972243.2016.1130504>
- Listiyorini, A. (2017). Wacana Humor Dalam Meme Di Media Sosial Sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia. *Litera*, 16(1), 64–77.
- Mahadian, A. B., Sugandi, M. S., & Prasetio, A. (2019). Evolusi Wacana Politik Dalam Internet Meme. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(1), 37-52.  
<https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1720>
- Marwick, A. (2013). Memes. *Contexts*, 12(4), 12–13.  
<https://doi.org/10.1177/1536504213511210>
- Miladi, H. (2018). *Belum Tahu Apa Itu TikTok? Berikut 10 Fakta Pentingnya Halaman all* - *Kompasiana.com*.  
<https://www.kompasiana.com/primata/5e3624dad541df0711281812/belum-tahu-apa-itu-tiktok-berikut-10-fakta-pentingnya?page=all>
- Murfianti, F. (2018). *Meme di Era Digital dan Budaya Siber* (Issue September). [http://repository.isi-ska.ac.id/3359/1/MEME DI ERA DIGITAL DAN BUDAYA SIBER\\_Fitri Murfianti.pdf](http://repository.isi-ska.ac.id/3359/1/MEME_DI_ERA_DIGITAL_DAN_BUDAYA_SIBER_Fitri_Murfianti.pdf)
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nugraha, A., Sudrajat, R. A., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(3), 237–245.  
<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Palupi, D. D. (2018). Critical Discourse Analysis of the Meme Makasih yang Lebih Cantik. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 228(Klua), 378–383. <https://doi.org/10.2991/klua-18.2018.57>
- Ramadhan, B. (2020). *Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020*. Teknoia. <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya-880c7bc7cd19>
- Shifman, L. (2012). An anatomy of a youtube meme. *New Media and Society*, 14(2), 187–203. <https://doi.org/10.1177/1461444811412160>
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362–377.  
<https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Silvestri, L. (2016). Mortars and memes: Participating in pop culture from a war zone. *Media, War and Conflict*, 9(1), 27–42. <https://doi.org/10.1177/1750635215611608>
- Soha, M., & McDowell, Z. J. (2016). Monetizing a Meme: YouTube, Content ID, and the Harlem Shake. *Social Media and Society*, 2(1), 1-12.  
<https://doi.org/10.1177/2056305115623801>
- Tarvin, E. (2018). You Look Disgusting: A Case Study of the YouTube Beauty Community. *Studies in Popular Culture*, 41(1), 37-65.
- Wadipalapa, R. P. (2015). Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 12(1), 1–17.  
<https://doi.org/10.24002/jik.v12i1.440>
- Wiggins, B. E., & Bowers, G. B. (2015). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media and Society*, 17(11), 1886–1906.  
<https://doi.org/10.1177/1461444814535194>