



KRITIK DALAM HUMOR MEME NURHADI – ALDO ERA
DEMOKRASI DIGITAL

Irwanto, Intan Leliana, Laurensia Retno H
Dosen Prodi Penyiaran Akademi Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika,
Dosen Prodi Hubungan Masyarakat Akademi Komunikasi Universitas Bina Sarana
Informatika
(Naskah diterima: 1 Maret 2019, disetujui: 20 April 2019)

Abstract

This paper attempts to highlight the meme of fictitious presidential and vice-presidential candidates Nurhadi - Aldo which consists of combining photos or images that are combined with the text. In addition, see how memes operate in political message traffic on Twitter's social media and its relationship with power and the accompanying social conditions. This meme delivered with humor contains criticism of social conditions and it gets attention to the community. This research looks at the discourse presented through memes on Twitter's social media.

Keywords: *memes, discourse, Twitter, political humor, digital democracy.*

Abstrak

Tulisan ini berupaya menyoroti meme calon presiden dan calon wakil presiden fiktif Nurhadi – Aldo yang terdiri dari penggabungan foto atau gambar yang berpadu dengan teks. Selain itu, melihat bagaimana meme beroperasi dalam lalu lintas pesan politik di media sosial Twitter dan relasinya dengan kekuasaan serta kondisi sosial yang menyertainya. Meme dikemas secara humor dan mengandung kritikan terhadap kondisi sosial ini mendapat perhatian pada kalangan masyarakat. Penelitian ini melihat wacana yang diketengahkan melalui meme pada media sosial Twitter.

Kata Kunci: meme, wacana, Twitter, humor politik, demokrasi digital

I. PENDAHULUAN

Di awal tahun 2019 lalu media sosial dihebohkan dengan sosok bernama Nurhadi-Aldo yang mengklaim diri sebagai calon alternatif untuk pemilihan presiden (pilpres) 2019. Memenya serupa dengan kampanye politik namun bersifat

humor dan penuh satir serta mampu mengendorkan ketegangan psikologis masing-masing kubu yang saling berhadapan. Nurhadi-Aldo diusung oleh koalisi tronjal-tronjol dengan nomor urut 10 adalah paslon fantasi belaka, namun narasi dalam meme yang dibuatnya malah membumikan konsep

politik yang selama ini jauh dari kepentingan publik yang hakiki. Kehadiran Nurhadi-Aldi dalam meme yang berada pada dunia imajinasi malah mendekatkan diksi politik terhadap persoalan realitas hidup rakyat. Memenya jenaka dan seringkali menyulut tawa diantara warganet.

Namun hal unik terdapat pada gambar serta kata yang digunakan. Jika biasanya dalam spanduk hanya terdapat foto paslon saja, namun pada meme ini memiliki lain, karena terdapat visual yakni bola dan paslon. Pada meme ini foto bola lebih besar daripada foto paslonnya. Lalu terdapat kalimat *program unggulan penyediaan bola untuk seluruh pemain bola*. Lalu kalimat *main bola tenang gak ada mafia & bentrok – bolanya dibagiin satu-satu*. Pada konteks realitanya meme ini ingin menyindir kasus mafia pengaturan skor serta seringnya bentrok antar pendukung klub sepakbola yang berujung pada tewasnya suporter. Kalimat dan foto yang digunakan mempunyai itikad tertentu.

Beberapa meme paslon Nurhadi – Aldo kerap kali dibungkus dengan hal vulgar dan tabu. Namun disinilah letak keluwesan meme tersebut sehingga bisa diterima oleh semua kalangan termasuk yang berseberangan dalam pilihan politik. Meme Nurhadi – Aldo

merepresentasikan kondisi sosial bangsa dengan segala persoalan yang menyertainya. Hal tabu dan vulgar sebagai gambaran perspektif keseharian kehidupan bangsa ini. Meme pada gambar 02 menunjukkan foto pria gunakan baju bedah dan tulisan tentang aspirasi masyarakat terhadap pemimpin bangsa yakni mampu melindungi rakyatnya dari aspek apapun yang dapat mengancamnya. Tulisan itu juga mengandung semacam petuah bahwa pemimpin harus mampu memberikan semangat dan motivasi untuk menggapai kebahagiaan. Namun pada meme ini aspirasi tersebut tidak disampaikan dengan denotasi secara langsung namun disatirkan.

Nurhadi-Aldo adalah pasangan calon presiden dan wakil presiden fiktif (BBC News Indonesia, 2019). Ide memasang Nurhadi dengan Aldo ini bukan berasal dari Nurhadi ataupun Aldo sendiri, melainkan dari orang lain. Bahkan sosok Aldo tidak pernah ada dalam kehidupan nyata (KOMPAS.com, 2019). Secara resmi nama Nurhadi dan Aldo tidak pernah terdaftar pada Komisi Pemilihan Umum (KPU). Paslon Nurhadi – Aldo lahir akibat jenuhnya sebagian dari masyarakat atas maraknya kampanye hitam yang terjadi di panggung politik Indonesia. Selain itu,

ketegangan yang berpotensi menciptakan gangguan kenyamanan dalam bermasyarakat juga turut membidani kemunculan meme ini.

Paslon fantasi Nurhadi-Aldo hadir di ruang publik dengan satir politik yang cerdas dan mendidik. Komunikasi politik tidak harus kaku atau formal. Meme Nurhadi-Aldo telah membuktikan satir politik lebih diterima oleh kalangan masyarakat, dalam hal ini warganet. Meme humor ini hadir ditengah-tengah kondisi suhu politik yang tinggi dan menjadi oase pada sebagian masyarakat yang jenuh akan politik. Akumulasi kekecewaan masyarakat yang tidak mendapat saluran dan merasa tidak terakomodasi maka muncullah inovasi komunikasi politik melalui meme paslon Nurhadi – Aldo.

Menjelang pilpres tensi politik di Indonesia memang sedang panas. Saling sindir dan serang antara kubu Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga sangat mudah dijumpai, khususnya di media sosial. Simbol-simbol provokatif yang dilontarkan masing-masing kubu sering muncul, bahkan berupa kabar hoax disuguhkan kepada masyarakat, yang bertujuan mendiskreditkan paslon lain. Disini media sosial seolah telah berubah menjadi palagan para pendukung paslon presiden dan wakil presiden. Mereka

saling serang pada dunia maya, dan tentunya hal ini menimbulkan potensi konflik pada dunia realita. Warganet pun menjadi korban yang paling menderita akibat serangan berupa simbol-simbol yang dilancarkan kedua belah pihak. Ruang publik dipenuhi simbol yang mengarah pada permusuhan dan pengkotakan masyarakat. Laiknya pertempuran, kedua pendukung sudah berhadapan dan saling menghunus senjatanya yakni media sosial serta siap untuk menyerang.

Sifat media sosial yang lentur untuk melakukan tukar opini dan mudah dalam melakukan produksi dan sirkulasi dengan masif berkontribusi mempercepat proses diskursif pada publik. Tidak dapat dipungkiri, hadirnya paslon presiden dan wakil presiden fiktif Nurhadi – Aldo bisa diterima oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, walau dari pendukung paslon yang berbeda. Di media sosial, Nurhadi-Aldo berkampanye melalui platform Instagram, Twitter, dan Facebook. Tidak memakan waktu lama, hanya dalam kurun dua minggu setelah dipublikasikan ke warganet, akun Nurhadi-Aldo di Facebook telah memiliki lebih dari 81.000 pengikut, 18,600 di Twitter, dan 73.000 di Instagram (BBC News Indonesia, 2019). Fenomena yang jarang terjadi untuk sebuah

akun baru mampu mendulang pengikut sebanyak itu. Sampai Selasa 8 Januari 2019, pengikut akun Instagram Nurhadi-Aldo sudah mencapai 272 ribu akun, sedangkan lebih dari 144 ribu orang mengikuti laman Facebooknya dan cuitan Nurhadi-Aldo dinikmati oleh 56 ribu lebih pengguna Twitter (Khalika & Handayani, 2019).

Terkait dengan uraian yang telah dipaparkan, maka tujuan penulisan ini berupaya menyoroti meme atau penggabungan foto atau gambar yang berpadu dengan teks. Karena pada meme disini tidak hanya memuat pesan politik tapi juga kritikan, sinisme yang dikemas dalam humor yang satir. Tulisan ini melihat bagaimana meme beroperasi dalam lalu lintas pesan politik di media sosial Twitter dan relasinya dengan kekuasaan serta kondisi sosial yang menyertainya.

Pemilihan media sosial Twitter karena kedua calon presiden yang sesungguhnya juga merupakan pengguna aktif Twitter. Argumen lainnya, politikus serta pejabat bahkan kementerian yang dipimpinnya pun aktif menggunakan Twitter. Sehingga Twitter dianggap lebih menjangkau spektrum dinamika politik di Indonesia.

II. KAJIAN TEORI

1. Meme dan Demokrasi Digital

Partisipasi publik melalui unggahan-unggahan pada media sosial tentang pemilihan presiden tahun 2019 menunjukkan bahwa masyarakat telah memanfaatkan ruang publik dengan optimal. Tidak hanya tim sukses dan juru kampanye masing-masing capres-cawapres saja yang bisa menyampaikan ide-ide politiknya dalam program kerja jagoannya. Saat ini masyarakat pun bisa turut aktif menyampaikan aspirasinya pada pesta demokrasi.

Hadirnya internet dan media sosial meningkatkan eskalasi ide-ide politik yang disampaikan oleh masyarakat. Hal ini merupakan perkembangan yang cukup signifikan karena dialektika politik bisa terus bergulir ditengah masyarakat tanpa hambatan berarti. Internet dan media sosial melibatkan ribuan bahkan jutaan publik yang ikut atensi dalam partisipasi itu. Ruang publik pun disesaki dengan pesan politik. Kondisi ini menempatkan meme sebagai alternatif kemasan (*package*) untuk menyampaikan gagasan politik. Meme lebih lentur dalam mengantarkan pesan sehingga mudah beradaptasi dengan kondisi masyarakat sehingga cenderung mudah diterima.

Meme digunakan untuk menggambar dan menyampaikan ide yang sifatnya bisa persuasi bahkan propaganda. Meme punya kemampuan untuk mengisahkan sendiri makna dirinya melalui konten yang terdapat di dalamnya. Ia bisa menyebar dalam bentuk aslinya atau turunannya melalui pengguna yang *reposting* atau mengunggah kembali meme tersebut melalui akun pribadinya (Shifman, 2014). Meme sebagai produk budaya yang disebar melalui teknologi internet tidak kaku, ia hadir sesuai konteks dan sangat variatif. Peluang masyarakat terbuka lebar untuk melakukan kreasi dan inovasi dalam mendesain meme yang terkait dengan keputusan serta kebijakan wakil-wakil politik mereka (Bell, Loader, Pleace, & Schuler, 2004).

Dalam realitas yang terjadi saat ini meme tidak terbatas sebagai sebuah parodi akan keadaan sosial masyarakat yang sifatnya lelucon belaka. Meme berkembang menjadi cara baru dalam menyampaikan pesan komunikasi bermuatan politik, dalam konteks ini bisa mendukung kebijakan atau mengkritisi kebijakan pemerintahan. Fenomena meme menjadi sebuah bentuk demokrasi digital gaya baru yang sekaligus menunjukkan genre gaya berkomunikasi di era media baru sebagai

wujud dari *participatory digital culture*. Media baru memberikan ruang publik baru dalam berdemokrasi. Model demokrasi ini disebut sebagai demokrasi digital yang didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi komunikasi guna memajukan partisipasi masyarakat dalam berdemokrasi (Alifiansyah, 2016).

2. Media Sosial Twitter

Meme Nurhadi–Aldo yang menjadi subyek pada penelitian ini membahas persoalan bangsa yang ada kaitannya dengan politik. Meskipun demikian unsur humor sangat kental terdapat dalam teksnya. Humor politik bukanlah hal baru, namun media penyampaiannya saja yang relatif baru. Bila sebelumnya humor politik disampaikan melalui media konvensional seperti halnya panggung, TV, radio, film atau media cetak, namun sekarang humor politik cenderung disampaikan melalui media sosial. Teknologi internet membuat media sosial menjadi lahan efektif untuk memproduksi, mensirkulasi serta berinteraksi dengan humor politik. Meme dalam media sosial yang dimaksud pada penelitian ini adalah Twitter. Melalui internet, penyebaran meme berlangsung cepat saat suatu peristiwa, kejadian dan atau fenomena tertentu muncul di hadapan publik.

Twitter masih menjadi media sosial yang relevan sebagai sarana melakukan komunikasi humor politik di Indonesia. Selain sifat khas media sosial yang efektifif dan interaktif, banyak individu pengambil keputusan, tokoh masyarakat, perusahaan-perusahaan besar yang gunakan Twitter. Politisi, tim sukses capres dan kedua capres yakni Jokowi dengan akun @Jokowi dan Prabowo Subianto dengan akun @Prabowo08 merupakan pengguna aktif Twitter. Bahkan pejabat yang duduk di kementerian serta lembaga yang dipimpin-nya pun memiliki akun Twitter. Media arus utama juga menggunakan Twitter sebagai alternatif untuk menampilkan beritanya. Atas dasar inilah Twitter di Indonesia masih diyakini sebagai media sosial yang mampu mendistribusikan pesan politik. Media sosial Twitter adalah layanan mikroblog daring yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah dan membaca pesan tulis, foto dan atau gambar.

Twitter jauh mampu menembus ruang publik yang didominasi oleh media arus utama. Pada sisi lain ruang publik mempunyai peran penting dalam demokrasi (Habermas, 1991). Karena bisa menjadi wadah masyarakat dalam menyatakan sikap dan argumen secara bebas. Ruang publik dipahami sebagai tempat

dimana ada masyarakat yang duduk berkumpul bersa-ma dan wujudnya tidak terbatas serta dapat diterima setiap pihak yang menghendakinya. Media sosial Twitter menjadi alternatif media yang hadir di ruang publik ketika media massa utama dipengaruhi oleh hegemoni.

Secara fisik ruang publik yang dibentuk oleh media sosial seperti halnya Twitter memang dibentuk pada dunia maya tapi kehadirannya nyata memiliki peran dan menjadi bagian dari ruang publik. Meme capres Nurhadi-Aldo di Twitter berada pada dunia maya, namun kontennya memenya mengenai persoalan yang terdapat pada dunia nyata. Produsen konten meme serta publik yang membaca meme tersebut juga berada pada dunia nyata. Ruang publik yang menjadi lokasi konten meme tersebut berada adalah penghubung antara dunia maya dan dunia nyata.

3. Humor Politik

Humor di Indonesia masih lebih sering ditafsirkan dengan jangkauan makna yang sempit. Humor masih terbatas pada sekadar lelucon, dagelan, lawak, lucu-lucuan, guyonan, sesuatu yang bisa ditertawakan, pendek kata sesuatu yang tidak perlu dianggap serius. Bahkan humor sering dimanfaatkan sebagai

pemaaf sikap dan perilaku yang keliru (Suprana, 2013). Padahal humor adalah energi budaya yang kandungan pengertiannya amat rumit (Sudarmo, 2015). Akibat energi budaya inilah, maka humor memiliki potensi sebagai sarana: mawas diri, menjaga kesta-bilan kesehatan-kebugaran, mekanisme kontrol, menanggulangi ragam problematika hidup, elemen penggairah kreatifitas dan produktifitas, pelumas komunikasi, meningkatkan kesadaran dan daya kritis, memperluas wawasan, menambah kesiapan diri menerima kritikan, meningkatkan intuisi, menyemai kasih sayang, pembentuk dan pepadu opini, penawar naluri agresifitas dan destruksifitas, serta keimanan (Suprana, 2013).

Pada pengertian yang paling mendasar lelucon (bisa dibaca humor) terjadi karena dua sebab yakni sengaja dan tidak disengaja. Lelucon yang disengaja menca-kup semua kejadian faktual lucu yang berkaitan dengan tokoh atau peristiwa. Sementara lelucon sengaja adalah hasil kreasi manusia. Bisa digolongkan sebagai buah karsa, karya dan cipta umat manusia (Sudarmo, 2015).

Bentuk humor politik yang telah mengakar lama di Indonesia ada dua, yaitu formal dan informal. Termasuk dalam kategori formal adalah humor politik yang

terdapat pada editorial di berbagai media massa, lawak, atau *dagelan* di panggung, televisi, atau radio, tulisan jenaka dan di media massa cetak, dan lain-lain. Sementara yang informal, yaitu desas-desus mendadak yang berkeliaran di tengah masyarakat, dan biasanya sulit diketahui siapa penciptanya (Suprana, 2009). Melalui kategorisasi yang disampaikan Suprana itu, maka humor politik yang terdapat pada meme Nurhadi-Aldo berada pada posisi humor politik formal.

Humor lazimnya tumbuh subur di suasana yang kontradiktif dan munafik, dimana realitas tidak sesuai bahkan bertolak belakang dengan apa yang diidamkan (Suprana, 2013). Maka humor politik lebih eksplosif pada suasana tidak demokratis akibat desakan aspirasi yang mencari pelampiasannya. Sudah sewajar-nya bila masalah yang sering menjadi bahan humor adalah politik sebab *das sain* sering tidak sesuai dengan *das sollen*.

Humor politik menjadi lembaga sosial yang mengesahkan segenap penertawaan. Karena dengan terdapatnya kegembiraan dalam humor itulah segala konflik tere-damkan. Pandangan kritis yang dalam situasi non humor akan menjadi kontraproduktif, namun dalam humor keberadaanya akan

tersahihkan (Ajidarma, 2012). Tidak dapat dipungkiri bahwa humor politik memang bisa berpihak pada siapapun, setidaknya pada sang kreatornya itu sendiri. Dalam kajian yang lebih mendalam humor politik menyanggah beban ideologi. Betapapun pada kenyataannya humor politik sering ditemukan, dan pada gilirannya sering dipakai oleh pihak yang lemah untuk melecehkan kelompok yang dominan demi tercapainya pelepasan dalam hiburan (Ajidarma, 2012). Humor juga bisa hadir dalam bentuk satire yang merupakan penggabungan antara unsur ironi dan sarkasme. Satire memiliki tujuan dalam mengekspose dan mengkritik kesalahan orang, sehingga sebuah satire selalu mempunyai fungsi kritik (Wadipalapa, 2015).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini fokus pada unggahan meme kampanye politik Nurhadi–Aldo pada Twitter yang terjadi sebelum pemilihan presiden dan wakil April 2019, yakni kurun Desember 2018 dan Januari-Februari 2019. Guna menjawab permasalahan yang terungkap, maka pada penelitian ini melibatkan obyek berupa gambar sehingga diperlukan semiotika untuk membedah dimensi gambar sebagai sebuah representasi dari realitas (Saussure, 1916). Sementara aspek mikro

terkait wacana sebuah meme gunakan metode analisis wacana Van Dijk sehingga mampu menelaah konteks sosial dan kognisi masyarakat yang ada pada saat sebuah peristiwa terjadi (Van Dijk, 1993). Selanjutnya meme dalam konteks makro sebagai bentuk replikasi dari ragam wacana yang disampaikan melalui media sosial oleh kelompok orang sehingga menciptakan populasi dalam Twitter. Kelompok baru ini dikenal dengan sebutan warganet (*netizen*). Hal ini sesuai dengan konsep strukturasi Giddens tentang relasi antara agen dan struktur akhirnya akan membentuk sebuah norma dan kebiasaan yang dianut oleh kelompok yang ada dalam lingkup media baru (Giddens, 1986)

IV. HASIL PENELITIAN

1. Virus Meme Nurhadi - Aldo, Demokrasi Digital dan Politik Virtual

Jumlah produksi meme politik yang ada menjelang pilpres 2019 tidak mudah dipastikan. Tetapi meme bertema politik mendapat tempat cukup populer dikalangan masyarakat menjelang pilpres April 2019. Banyak akun media sosial yang memproduksi meme politik salah satunya akun Nurhadi–Aldo yang secara konsisten memproduksinya. Ini terjadi seiring dengan menjelangnya pemilihan presiden. Alasan munculnya meme

tersebut untuk meredam konflik antarkubu. Karena semakin dekat pilpres potensi konflik sosial diantara mereka meninggi. Ini dibuktikan dengan saling serang kubu pendukung masing-masing calon di media publik termasuk media sosial Twitter.

Meme politik yang satir bisa menjadi indikator awal tidak sehatnya pemerintahan pada suatu negara. Sumbatan komunikasi, jenuhnya publik akan kampanye politik dan berita yang menyertainya, represifnya pemerintahan terhadap kritikan yang dilontarkan oleh oposisi menjadi faktor-faktor penyebabnya. Realitas sosial terkait dengan pemerintahan di Indonesia dengan pelbagai persoalan bangsa dan kampanye hitam serta hoax membuat meme humor politik yang satir berkembang biak dengan cepat.

Nama Nurhadi-Aldo adalah calon presiden dan wakil presiden fiktif. Mereka adalah tokoh rekaan yang hadir melalui meme dan sengaja diciptakan. Meskipun Nurhadi sosok aslinya ada dan berprofesi sebagai terapis yang tinggal di Kudus, akan tetapi ia sama sekali tidak mencalonkan diri sebagai calon presiden. Sementara Aldo sendiri memang bukan siapa-siapa alias tokoh fiktif yang merupakan rekaan. Sebagai capres rekaan Nurhadi-Aldo diusung oleh Koalisi

Indonesia Tronjal Tronjol Maha Asyik. Meme yang diunggah pada akun Nurhadi-Aldo berupa materi lainnya kampanye. Sebagai salah satu produk unit budaya, meme Nurhadi-Aldo termasuk mudah beradaptasi di ruang publik masyarakat Indonesia yang berbhineka. Unsur humor serta permainan logika pada meme Nurhadi-Aldo membuatnya mudah diterima oleh semua kalangan. Isi memonya cenderung mengkritik kondisi sosial masyarakat yang dikemas dalam satir.

Meme tersebut menyebar begitu cepat seperti virus melalui agen-agen sosial yang terdapat pada masyarakat. Akselerasi penyebarannya makin tidak terbendung manakala meme tersebut berada pada media sosial Twitter. Publik bertindak sebagai agen yang turut memproduksi, mereproduksi serta menyebarkannya. Agen adalah aktor yang terlibat dalam mengge-rakkan, bahkan mengubah struktur sosial. Aturan atau *rule* dihasilkan oleh aktor-aktor yang sesuai dengan motivasi dan rasionalitas mereka. Pada aspek media baru, peran aktor ini sangat penting. Tidak jarang para aktor yang disebut sebagai *user* dapat menggiring sebuah wacana. Wacana tersebut akan direplikasi sedemikian rupa oleh agen-agen lainnya sehingga mengha-silkan sebuah struktur dan

produksi yang unik. Struktur dan produksi inilah yang disebut sebagai *resource*. Pada konteks media baru seperti halnya Twitter para agen tadi selain disebut sebagai *user* dan juga sekaligus sebagai warganet (*netizen*). Relasi antar agen inilah yang disebut sebagai strukturasi dalam konsep Giddens (Giddens, 1986). Dengan konsep Giddens dipahami bahwa kreator meme Nurhadi-Aldo serta para replikator dan distributornya ialah agen yang saling berelasi dan membentuk strukturasi. Hal ini berarti sebuah aturan dan norma-norma dibentuk oleh interaksi antara agen dan struktur tersebut.

Teknologi mengubah demokrasi menjadi kian cair. Media *main stream* yang terhegemoni dengan penguasa tidak dapat diandalkan untuk menyuarakan aspirasi apalagi kritikan dari publik. Terlebih radio, televisi dan media cetak sudah diambang kematian. Akhirnya publik mencari cara untuk menyuarakan aspirasinya. Meme Politik yang disampaikan sebagai pelepasan tidak sadar atas tabu untuk melawan rasa tertekan, maupun aspirasi politiknya disampaikan melalui media sosial. Fenomena demokrasi digital ini cenderung berkembang dimasyarakat. Demokrasi digital memberikan pemahaman persilangan relasi antara

penggunaan media sosial, pemenuhan representasi dan artikulasi kepentingan, serta penguatan kelas menengah. Ketiganya merupakan faktor penting dalam menjelaskan konstelasi sosial-politik yang berkembang di Indonesia. Darinya melahirkan politik melalui saluran *online* yang sekarang menjadi pilihan masyarakat karena lebih efektif dan resiko pun bisa diminimalisir. Meme Nurhadi-Aldo adalah bentuk dari partisipasi politik oleh publik yang disam-paikan secara *online*. Kritikan yang disampaikan melalui meme humor politik jauh lebih bisa diterima masyarakat, meski pesannya keras. Bahkan George Orwell memperingatkan untuk berhati-hati terhadap lelucon politik. Dalam lelucon politik selalu terselip sebuah revolusi kecil (Suprana,2013).

Humor politik tidak dipahami semua orang, apalagi meme humor politik yang satir. Untuk memahaminya dibutuhkan literasi media sosial yang memadai agar seseorang bisa berpartisipasi dalam budaya meme. Apresiasi terhadap meme membutuhkan pengalaman soal wacana budaya populer, kemahiran menggunakan teknologi, dan pemahaman tentang audiens (Silvestri, 2015). Fenomena meme Nurhadi-Aldo adalah representasi agenda politik sang kreator yang

disampaikan dengan cara politik virtual. Teknologi digital menjadi cara terbaik untuk mengkomunikasikan ide-ide, sementara demokrasi adalah cara terbaik untuk mewujudkan ide-ide tersebut. Layak jika rupa politik virtual harus diperhitungkan dalam era demokrasi di gital yang terus berkembang saat ini (Pramono, 2018). Ini mempertegas bahwa sudah sewajarnya bila meme politik Nurhadi–Aldo populer dan diterima masyarakat.

2. Representasi Kritikan dalam Meme

Nurhadi – Aldo

Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa meme Nurhadi–Aldo adalah wacana. Meme tersebut menjadi penantang yang bertarung dengan wacana-wacana kampanye pilpres 2019. Hal ini sangat nyata dilihat dari konten meme Nurhadi-Aldo yang terdapat pada media sosial Twitternya. Memenuhi sarat akan representasi kekecewaan publik yang disampaikan melalui kritikan terhadap situasi sosial–politik dan membungkusnya dengan satir dan semiotika.

Ketika kasus mafia bola terbongkar pada akhir tahun 2018 meme Nurhadi-Aldo juga turut berkontribusi menyuarakan aspirasinya dengan satir. Dalam meme tersebut (gambar 0.3) sarat akan kritikan dan sindiran yang berasal dari kekecewaannya terhadap mafia

bola. Janji politik pasangan fiktif ini menohok para pengurus serta *stakeholder* sepak bola di Indonesia.



Gambar. 0.3

Sumber: akun Twitter @nurhadi-aldo

Dipahami publik selama ini prestasi timnas tidak ada namun masalah yang terdapat di PSSI cukup berat. Masyarakat tidak pernah disuguhi oleh prestasi yang membanggakan oleh Timnas. Selain itu publik juga tahu akan fakta yang terjadi mengenai keributan para suporter yang sampai menimbulkan korban tewas. Selanjutnya kasus mafia pengaturan skor pertandingan yang juga masih menjadi hantu dalam pertandingan liga di tanah air. Sekumpulan kasus ini dikritisi oleh pasangan capres Nurhadi–Aldo. Pada meme yang bergambar lapangan rumput serta sekumpulan bola ada tulisan *PROGRAM UNGGULAN PENYEDIAAN BOLA UNTUK SELURUH PEMAIN BOLA - Main Bola Tenan Gak Ada Mafia & Bentrok Bolanya Dibagiin Satu-satu*. Permainan logika pada meme ini dijadikan cara untuk menggugah nalar pembacanya.

Terdapat frase *Bolanya Dibagiin Satu-satu*. Jelas tidak mungkin bermain bola dengan membagikan bola kepada semua pemain-nya. Jika permainan bola tidak bisa dilakukan pasti semua masalah persepak bolaan tidak akan terjadi di Indonesia. Masyarakat tidak akan mengharap kemenang-an dari timnas karena tidak ada pertan-dingan. Tidak ada pendukung tim yang tewas karena tidak ada pertandingan. Tidak ada mafia pengaturan skor karena tidak ada pertandingan yang bisa diatur skornya. Dengan kata lain semua pengurus yang ada dalam organisasi sepak bola di Indonesia seolah tidak bekerja. Sebuah kritikan keras kepada para pengurus dan *stakeholder* sepakbola tanah air.

Dalam logika pesan komedi budaya meme terdapat posisi komedi menertawakan (superior) dan yang ditertawakan (inferior). Dalam teori bisosiasinya Kostler mengatakan bahwa hal yang mendasari semua bentuk humor adalah bisosiasi, yaitu mengemukakan dua situasi atau kejadian yang mustahil terjadi sekaligus (Wadipalapa, 2015). Selanjutnya kekecewaan meme Nurhadi–Aldo terhadap rumah ibadah yang sepi, serta tingginya animo masyarakat terhadap lowongan pegawai negeri sipil (PNS) untuk mencari ‘aman’ pada hari tua

dengan adanya pensiun. Kesemuanya terangkum dalam meme gambar 04 yang sarat akan kritik yang disampaikan dengan satir. Pada meme tersebut terdapat kumpulan kata *#KaloNurhadiPResidennya Pendidikan Agama disekolah dihapus biar rumah-rumah ibadah rame – Ngajar Agama Bisa Jadi PNS Juga loh !!!!*



Gambar 04

Sumber: akun Twitter @nurhadi-aldo

Rumah ibadah yang dimaksud cenderung mengarah pada rumah ibadah umat muslim yang menjadi mayoritas di negara ini. Meski terbuka kesempatan untuk mengartikan rumah ibadah agama lain. Dengan sifatnya yang relatif terbuka maka masjid sangat mudah untuk diketahui orang yang beribadah. Karena indikatornya dapat dilihat dari kekosongan masjid dari waktu *sholat* ke waktu *sholat* yang lain. Mudah dipantau karena dalam sehari terdapat lima kali waktu *sholat*. Meme ini menyindir umat muslim khususnya kaum laki yang tidak mau beribadah sholat berjamaah di masjid. Padahal

sholat berjamaah dalam keyakinan umat muslim sangat dianjurkan bahkan keutamaannya bagi kaum lelaki (Ilahi, 2008). Lebih jauh, kondisi rumah ibadah yang kosong pada alam nyata dipertegas pada meme gambar 06, terdapat foto kesibukan jalan raya kota besar seolah memberikan informasi masyarakatnya yang sibuk dengan kehidupan dunia dan lalai akan ibadah. Mengenai kosongnya rumah ibadah menjadi perhatian khusus bagi kreator meme Nurhadi-Aldo, bahkan mengarah pada keprihatinannya. Sebab sampai ada frase *pendidikan agama disekolah dihapus*. Sebenarnya bukanlah maksudnya demikian, namun kreator menggunakan satir. Dalam lanjutannya ada kata *biar rumah-rumah ibadah rame*. Begitu perhatiannya si kreator meme dengan rumah ibadah yang kosong dan demi agar orang beramai-ramai pergi ke rumah ibadah sampai harus merasa perlu pendidikan agama disekolah harus dihapus. Agar orang belajar agamanya di rumah ibadah, sehingga rumah ibadah tersebut menjadi ramai. Narasi pendidikan agama disekolah dihapus hanya sebagai penguat untuk kalimat selanjutnya *biar rumah-rumah ibadah rame*. Tidak sebenarnya bermaksud untuk menghapus pelajaran agama di sekolah. Karena pada realitasnya, dengan sistem

pendidikan yang dianut Indonesia kecil kemungkinan untuk menghapus pendidikan agama pada sekolah formal. Jadi tidak mungkin pendidikan agama dihapus, dengan demikian silogismenya rumah ibadah tidak akan bisa ramai. Pesan meme ini berfungsi untuk menyadarkan kembali kepada para pembaca agar meramaikan rumah ibadah.

V. KESIMPULAN

Meme Nurhadi–Aldo sebagai capres dan cawaprews fiktif yang beredar pada media sosial Twitter lebih dari sekadar meme biasa. Melalui visual gambar serta kata-kata yang dikemas dengan gaya satir mampu menciptakan suasana humor sehingga menjadi katarsis ditengah kontestasi pemilihan presiden 2019. Sikap kritis yang terkandung di dalamnya dapat menjadi pembelajaran politik bagi masyarakat. Meme ini membuka kekakuan komunikasi politik yang selama ini terjadi.

Sebagai penelitian selanjutnya politik virtual yang bersifat satir pada era demokrasi digital perlu terus dilakukan. Aktifitas komunikasi politik pada media sosial di Indonesia telah menyebar pada masyarakat luas dan perlu kajian serius untuk memahami sehingga bisa memetakan dan memberikan referensi bagi pemangku kepentingan untuk membuat kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajidarma, S. G. 2012. *Antara Tawa Dan Bahaya*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Alifiansyah, S. 2016. Kaum Muda, Meme dan Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Fisip Universitas Atmajaya Yogyakarta*, 13 nomor 2, 151–164.
<https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.676>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2016. *KBBI* (2016th ed.). Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI. Retrieved from https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sejati_nya
- Badan Pusat Statistik. 2018. Agustus 2018: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,34 persen. Retrieved February 12, 2019, from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/11/05/1485/agustus-2018--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-34-persen.html>
- BBC News Indonesia. 2019. January 4. Nurhadi-Aldo: Dari Tukang Pijat Sampai Jadi Pasangan Capres Guyonan. Retrieved from <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-46751492>
- Bell, D., Loader, B. D., Pleace, N., & Schuler, D. 2004. *Cyberculture: The Key Concepts (Routledge Key Guides)*. London, UK.
- Blackmore, S. 1999. *The Meme Machine*. New York: Oxford University Press.
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Giddens, A. 1986. *The Constitution of Society - Outline of Theory of Strukturation*. UK: Polity Press.
- Habermas, J. 1991. *The Structural Transformation of The Public Sphere An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Massachusetts: MIT Press.
- Hardiman, F. B. 2018. Homo Digitalis-Kondisi Manusia di Era Komunikasi Digital. In *Etika Komunikasi Digital Membela Moralitas Dalam Prahara Politik PASca Kebnaran*.
- Ilahi, F. 2008. *Kenapa Harus Shalat Berjamaah ? (Alih bahasa Ummu Najib Abdillah)*. Solo: Aqwam.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Elsevier Indiana University Indianapolis*, 53(1), 59–68.
- Khalika, N. N., & Handayani, M. S. 2019, January 9. Nurhadi-Aldo dan Meme sebagai Saluran Kritik & Frustrasi Kreator. Retrieved from <https://tirto.id/nurhadi-aldo-dan-meme-sebagai-saluran-kritik-amp-frustrasi-creator-ddM3>
- KOMPAS.com. 2018. CPNS 2018 Capai 4 Juta Pelamar, Ini Jumlah Pendaftar dari Tiap Formasi. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/11/19283281/cpns-2018-capai-4->

- juta-pelamar-ini-jumlah-pendaftar-dari-tiap-formasi
- KOMPAS.com. 2019, January 7. Ini Kata Nurhadi soal Aldo, Wakil Presiden yang Viral di Medsos. Retrieved from <https://regional.kompas.com/read/2019/01/07/12541651/ini-kata-nurhadi-soal-aldo-wakil-presiden-yang-viral-di-medsos>
- Pramono, F. S. 2018. Partisipasi Politik Virtual. *Sindonews*. Retrieved from <https://lifestyle.sindonews.com/read/1281165/165/politik-virtual-era-demokrasi-digital-1518318189>
- Prawironegoro, D. 2012. *Karl Marx - Ekonomi Politik dan Aksi Revolusi*. Jakarta: Nusantara Consulting.
- Ramly, A. M. 2013. *Peta Pemikiran Karl Marx [Materialisme Dialektis & Materialisme Historis]* (3rd ed.). Yogyakarta: LKiS.
- Saussure, F. de. 1916. *Course in general linguistics (trans. Wade Baskin)*. New York: PHILOSOPHICAL LIBRARY. Retrieved from https://archive.org/stream/courseingenerall00saus/courseingenerall00saus_djvu.txt.
- Shifman, L. 2014. *Memes in Digital Culture*. Massachusetts: MIT Press.
- Silvestri, L. 2015. Mortars and Memes: Participating in Pop Culture From a War Zone. *Sage Journal*, 9(1), 27–42. <https://doi.org/10.1177/1750635215611608>
- Sudarmo, D. M. 2015. *Anatomi Lelucon Di Indonesia*. Jakarta: Kombat Publisher.
- Suprana, J. 2009. *Naskah Naskah Kompas*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Suprana, J. 2013. *Humorologi*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Suseno, F. M. 2016. *Pemikiran Karl Marx Dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme* (10th ed.). Jakarta: Grandia Pustaka Utama.
- Van Dijk, T. A. 1993. *Elite Discourse and Racism*. London: Sage Publication.
- Wadipalapa, R. P. 2015. Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Fisip Universitas Atmajaya Yogyakarta*, 12 Nomor 1, 1–17. <https://doi.org/10.24002/jik.v12i1.440>
- Weeks, B. E., & Holbert, R. L. 2013. Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Sage Journal*, 90(2), 212–232. <https://doi.org/10.1177/1077699013482906>