

Dari Meme Ke Makna: Jembatan Menuju Literasi Melalui Algoritma Media Sosial

Ramdhan Ibrahim¹

UIN Raden Mas Said Surakarta, Fakultas Ilmu Tarbiyah, Program Studi S1 Sains Data

Email: ramdhanibr@gmail.com

Abstract

Keywords:
Algorithms;
Instagram; literacy
; meme; social
media

The popularity of meme content on Instagram shows the potential for its use to increase literacy. This research aims to analyze the role of memes as a bridge to literacy through social media algorithms. The research method used is descriptive qualitative. Data was collected through observation of Instagram accounts that focused on meme content, as well as analysis of the Instagram algorithm. The high level of engagement on meme content shows that the younger generation is interested in content that is entertaining and relevant to their experiences. The Instagram algorithm, which displays content based on user preferences, can be used to promote literacy through presenting meme content containing educational messages. This research concludes that memes have great potential to increase literacy among the younger generation. The use of memes as a literacy medium needs to be optimized through strategies that are integrated with social media algorithms.

Kata kunci:
algoritma,
instagram,
literasi, media
social, meme

Abstrak

Popularitas konten meme di Instagram menunjukkan potensi pemanfaatannya untuk meningkatkan literasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran meme sebagai jembatan menuju literasi melalui algoritma media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap akun-akun Instagram yang berfokus pada konten meme, serta analisis terhadap algoritma Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meme dapat berperan sebagai media literasi yang efektif. Tingginya tingkat engagement pada konten meme menunjukkan bahwa generasi muda memiliki ketertarikan pada konten yang bersifat menghibur dan relevan dengan pengalaman mereka. Algoritma Instagram, yang menampilkan konten berdasarkan preferensi pengguna, dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan literasi melalui penyajian konten meme yang berisi pesan-pesan edukatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meme memiliki potensi besar serta pemanfaatan meme sebagai media literasi perlu dioptimalkan melalui strategi yang terintegrasi dengan algoritma media sosial.

Alamat Korespondensi :

¹ UIN Raden Mas Said Surakarta

Jln. Pandawa, Pucangan, Kartasura,

Sukoharjo

e-mail: ¹ ramdhanibr@gmail.com

© 2024S UIN Raden Mas Said Surakarta

ISSN 2579-9703 (P) ISSN 2579-9711 (E)

PENDAHULUAN

Media sosial memegang peranan yang sangat signifikan dalam hampir semua aspek kehidupan masyarakat. Pengguna media sosial mencakup berbagai kelompok usia, baik tua maupun muda, serta beragam jenis kelamin dan latar belakang sosial, yang memanfaatkan platform ini untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 221 juta, dengan Facebook sebagai platform yang paling banyak digunakan. Di sisi lain, Instagram menempati posisi kedua; namun, jika hanya mempertimbangkan pengguna dari generasi Z, Instagram menjadi platform yang paling populer dengan angka pengguna yang signifikan (Ausat, 2023).

Instagram dianggap sebagai platform yang paling menarik bagi kalangan anak muda karena kemudahan penggunaan, daya tarik visual, dan sifatnya yang menghibur. Seperti media sosial lainnya, fungsi konten di Instagram semakin meluas, tidak hanya sebagai sarana untuk bersosialisasi, tetapi juga sebagai alat promosi, bahkan pada skala yang lebih besar. Konten yang paling diminati oleh pengguna adalah konten-konten dalam bentuk video pendek yang berbentuk meme yaitu konten sederhana namun memberikan sentuhan sindiran atau ajakan dengan balutan hiburan atau humor yang menggelitik. Namun, seiring dengan meningkatnya keterbukaan dan kebebasan dalam pembuatan konten di aplikasi ini, sering kali muncul konten-konten yang tidak sesuai atau bahkan melampaui batas etika. Padahal, jika dimanfaatkan secara optimal, media sosial dapat berfungsi sebagai sumber belajar yang sangat efektif (Ye, 2023). Konten yang tidak pantas, serta berita bohong dan gosip, sering kali beredar di platform ini, yang dapat membahayakan pengguna yang kurang kritis dalam mencerna informasi.

Banyak kasus masalah yang terjadi di kalangan selebritas atau pejabat publik yang disebabkan oleh penyebaran informasi yang keliru di platform Instagram. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa generasi muda berpotensi terjebak dalam situasi yang merugikan akibat ketidakmampuan mereka dalam mengolah informasi yang diperoleh melalui media sosial, khususnya Instagram. Selain itu berdasarkan data dari BPS Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia berada pada angka

74.04, dibawah negara ASEAN lainnya. sumber daya manusia di Indonesia memang termasuk dalam kategori rendah. Literasi rendah dapat mengakibatkan kebodohan, kesalahpahaman, perselisihan, kebodohan bahkan kesulitan dalam bersaing di dunia kerja hingga menjadi pengangguran. Literasi rendah ini tentunya memberi efek yang buruk bagi negara bangsa kita apalagi kita akan menyambut generasi emas 2045 dengan bonus demografi melimpah. Ironis ketika kemampuan literasi kita dikatakan lemah, akan tetapi di lain sisi pengguna media sosial di negara kita sangat tinggi. Hal ini menjadi problematika, karena potensi untuk terjadi miss informasi dan miss interpretasi menjadi lebih besar (Omar et al., 2024).

Lantas bagaimana *mengatasi* masalah ini? Perlu sebuah tindakan yang mengakibatkan rentetan pembiasaan supaya terjadi peningkatan di dalam kemampuan literasi bangsa Indonesia. Selain itu, berdasarkan data dari kemendikbudristek menyatakan bahwa hanya 10% dari penduduk Indonesia yang rajin membaca buku. Indikator ini menunjukkan bahwa memang literasi sumber daya manusia di Indonesia tergolong rendah. Rendahnya literasi dapat menyebabkan sejumlah masalah, seperti kebodohan, kesalahpahaman, perselisihan, dan kesulitan dalam bersaing di dunia kerja, yang berpotensi berujung pada pengangguran. Situasi ini tentu berdampak negatif bagi negara kita, terutama menjelang generasi emas 2045, yang diharapkan akan mendapatkan keuntungan dari bonus demografi yang melimpah. Ironisnya, meskipun kemampuan literasi kita dinyatakan lemah, tingkat penggunaan media sosial di negara kita justru sangat tinggi (Ausat, 2023).

Penelitian dilakukan oleh Bagus Fadlan Aulia dkk, mengenai media sosial sebagai sarana literasi digital. Penelitian tersebut membahas peran media sosial sebagai alat untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat dan memberikan pengaruh besar, baik positif maupun negatif. Salah satu aspek positifnya adalah kemampuannya untuk meningkatkan literasi digital, terutama karena masyarakat Indonesia cenderung lebih tertarik membaca melalui gadget, termasuk konten video dan visual menarik. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, menggabungkan wawancara mendalam dan analisis konten untuk memahami bagaimana media sosial mendukung

peningkatan pemahaman dan keterampilan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi, tetapi juga menghadapi tantangan seperti kecanduan internet dan penyebaran berita palsu (Aulia et al., 2024). Oleh karena itu, pemerintah bekerja sama dengan organisasi lokal untuk mengedukasi masyarakat mengenai penggunaan media sosial yang bijak dan sehat, diatur dalam UU ITE untuk mencegah dampak negatif.

Pada penelitian lainnya, Azmi Nawaf dkk melakukan analisis literasi digital dalam penggunaan media sosial di kalangan remaja. Penelitian tersebut menganalisis literasi digital di kalangan remaja Desa Payung, Kabupaten Karo, dalam penggunaan media sosial. Studi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami cara remaja menggunakan media sosial dan dampak dari literasi digital terhadap aktivitas mereka (Nawaf et al., 2023). Temuan menunjukkan bahwa literasi digital membantu remaja memahami cara menggunakan media sosial secara bijak dan kritis, terutama dalam menyaring informasi dan menjaga privasi.

Namun, tingkat literasi digital yang rendah dapat menyebabkan penyimpangan sosial, seperti yang dialami oleh seorang responden perempuan yang menjadi korban penipuan oleh kenalan virtual. Literasi digital bukan hanya soal kemampuan teknis, tetapi juga pemahaman tentang risiko dan etika penggunaan media sosial. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan pendidikan literasi digital melalui kolaborasi antara orang tua, sekolah, dan masyarakat untuk membekali remaja menghadapi tantangan era digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Nugraha dkk membahas Fenomena Meme di Media Sosial berkaitan dengan studi Etnografi Virtual. Penelitian tersebut membahas fenomena meme di media sosial Instagram, menggunakan pendekatan etnografi virtual untuk memahami motif dan makna di balik aktivitas posting meme oleh pengguna. Motif utama yang ditemukan adalah rasa ingin tahu, hiburan, cinta, ekspresi diri, dan harga diri. Meme yang diposting, sering kali menggunakan foto selfie, memungkinkan pengguna mengekspresikan emosi dan menarik perhatian serta dukungan dari followers mereka. Temuan juga menunjukkan bahwa pengguna merasa diperhatikan oleh followers melalui respons seperti like dan komentar, serta merasa memberikan informasi atau pengalaman baru. Secara keseluruhan, posting

meme menjadi media ekspresi dan komunikasi baru yang menggabungkan pesan verbal dan nonverbal (Nugraha et al., 2020).

Penelitian lainnya yang dilakukan Sri Rahayu dkk, membahas mengenai gaya komunikasi yang baru melalui meme. Terdapat semacam fenomena meme sebagai bentuk komunikasi baru dalam interaksi digital, khususnya di kalangan generasi milenial. Meme, yang dikenal karena sifatnya yang lucu, sarkastik, dan kontekstual, digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan atau opini tertentu. Penelitian ini menguji efektivitas persepsi (*Perceived Effectiveness/PE*) terhadap meme-meme yang muncul selama kampanye Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2019. Dengan menggunakan metode survei daring pada 100 mahasiswa sebagai sampel, penelitian ini mengevaluasi PE terhadap meme menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa meskipun meme dianggap menarik perhatian, mayoritas responden tidak melihat meme sebagai media yang informatif atau memiliki makna kuat. Generasi milenial cenderung menganggap meme hanya sebagai bentuk hiburan atau parodi yang tidak berdampak signifikan pada persepsi atau pilihan politik mereka. Kesimpulannya, penelitian ini menegaskan bahwa meskipun meme diakui sebagai gaya komunikasi baru, penggunaannya dalam kampanye politik kurang efektif untuk mempengaruhi keputusan politik generasi milenial (Rahayu et al., 2019). Meme lebih efektif meningkatkan perhatian, namun tidak cukup kuat untuk membentuk sikap atau perilaku.

Terdapat kesenjangan yang sangat terlihat bahwa meme bisa dikatakan cukup efektif dalam menarik perhatian khususnya melalui platform media sosial. Padahal selama ini akun yang menyediakan konten meme seringkali hanya berisi candaan, parodi atau sindiran yang Sebagian besar hanya sebagai tempat menghibur pengguna (Handayani et al., 2024). Lantas bagaimana jika fungsi meme yang memberikan efek hiburan ini dibuat dengan kemasan positif dalam arti menyisipkan Pendidikan literasi. Hal ini tentu menjadi sesuatu yang menarik untuk dianalisis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran meme dalam menarik perhatian pengguna media sosial khususnya di bidang pendidikan literasi (Arie Bowo & Marthalia, 2024).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif dengan pengamatan menyeluruh, juga dikenal sebagai observasi partisipatif atau observasi langsung, adalah pendekatan yang melibatkan peneliti secara langsung dalam konteks yang sedang diteliti (Wahidmurni, 2017). Metode ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang perilaku, interaksi, dan pengalaman subjek dalam lingkungan sosial mereka. Pengamatan menyeluruh merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti mengamati dan mencatat perilaku serta interaksi subjek dalam konteks alami mereka. Dalam metode ini, peneliti dapat berperan sebagai pengamat pasif atau aktif, tergantung pada tujuan penelitian. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memahami fenomena sosial dari perspektif subjek penelitian, menangkap konteks sosial dan budaya, serta mendapatkan wawasan mendalam tentang makna yang dihasilkan oleh subjek dalam interaksi sehari-hari mereka. Langkah pertama dalam metode ini adalah menentukan fokus penelitian. Peneliti perlu memilih topik yang jelas dan relevan, serta menetapkan fokus pengamatan yang spesifik untuk menjaga konsistensi dalam pengumpulan data.

Sebelum melakukan pengamatan, penting bagi peneliti untuk mendapatkan izin dari pihak terkait, terutama jika penelitian melibatkan individu atau kelompok. Mematuhi prinsip etika juga sangat penting, termasuk menjaga kerahasiaan dan menghindari dampak negatif bagi subjek penelitian. Setelah semua persiapan dilakukan, peneliti melaksanakan pengamatan dalam konteks yang relevan. Mereka dapat berada di lokasi secara fisik dan terlibat dalam aktivitas, atau hanya mengamati tanpa terlibat secara langsung. Selama pengamatan, peneliti mencatat berbagai aspek yang relevan, termasuk interaksi antar individu, penggunaan ruang, dan konteks budaya. Pengumpulan data dilakukan dengan mencatat hasil pengamatan, yang dapat berupa catatan lapangan, rekaman audio atau video, atau dokumentasi visual. Setelah pengumpulan data, peneliti menganalisis informasi yang diperoleh untuk mengidentifikasi tema, pola, dan makna yang muncul dari pengamatan.

Metode pengamatan menyeluruh memiliki sejumlah keunggulan. Pertama, metode ini memberikan data yang kaya dan mendalam, memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan kompleksitas interaksi sosial. Kedua, dengan

mengamati subjek dalam lingkungan alami mereka, peneliti memperoleh wawasan tentang perilaku dan interaksi yang mungkin tidak muncul dalam pengaturan laboratorium atau wawancara terstruktur. Ketiga, metode ini menawarkan fleksibilitas, di mana peneliti dapat menyesuaikan fokus pengamatan sesuai dengan dinamika yang terjadi selama penelitian.

Secara keseluruhan, metode penelitian kualitatif dengan pengamatan menyeluruh adalah pendekatan yang efektif untuk memahami fenomena sosial dalam konteks alami. Dengan mendapatkan wawasan langsung tentang interaksi dan perilaku subjek, peneliti dapat menggali makna yang lebih dalam dan kompleks dari situasi yang diteliti. Meskipun memiliki beberapa keterbatasan, metode ini memberikan data yang kaya dan kontekstual, yang sangat berharga dalam penelitian kualitatif dan cocok untuk berbagai disiplin ilmu, termasuk sosiologi, antropologi, pendidikan, psikologi bahkan teknologi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Akun

Semenjak pengguna internet khususnya platform media sosial semakin masif, pemakaian istilah meme bagai sebuah istilah umum yang pasti diketahui banyak orang (Dwivedi, 2023). Bahkan saking terkenalnya meme, sekarang ada beberapa meme yang menjadi template karena kepopulerannya. Berikut beberapa contoh meme yang populer;



Gambar 1. Contoh Meme Gambar berisi Konten Humor

Gambar 1 di atas menunjukkan contoh meme yang sudah sangat terkenal dan ada di berbagai macam platform media sosial. Faktanya 7 dari 10 orang lebih suka melihat atau mengakses meme baik dalam bentuk gambar atau video pendek yang mempunyai unsur humor atau sarkasme yang bersifat komedi (Handayani et al., 2024). Berikut beberapa contoh meme dalam bentuk video;



Gambar 2. Contoh Meme Video berisi Konten Sindiran

Gambar 2 di atas adalah contoh meme dalam bentuk video dengan sumber video https://www.instagram.com/p/C_AvWBRvqm9/ dan https://www.instagram.com/p/C2Yme0JPZLF/?img_index=2. Konten konten seperti ini juga mempunyai *engagement* tinggi apalagi jika bisa dikombinasikan dengan momen yang tepat. Konten meme yang memiliki makna tersembunyi menjadi daya tarik tersendiri bagi netizen sehingga biasanya akan di *repost* atau di *share* ulang. Konten meme yang sudah terkenal itu bahkan seakan-akan menjadi template, sehingga banyak yang mengedit ulang dengan konten sindiran menyesuaikan kebutuhan mereka. Tidak bisa dipungkiri memang hiburan yang bersifat sindiran lucu bernada sarkas seperti ini diminati banyak orang.

Terdapat banyak akun di Instagram yang fokus pada konten meme diantaranya ditunjukkan di tabel 1 dibawah ini;

Tabel.1
Engagement Akun

| No | Nama Akun | Isi Konten | Follower | Engagement |
|----|--------------------|--------------------------------|-----------|------------|
| 1 | memecomic.id | Humor, Politik, Sosial | 888 ribu | 1.7% |
| 2 | motivasisuksesdini | Ide, Gagasan, Motivasi | 98,2 ribu | 0.16% |
| 3 | lucu. abis | Humor, Politik, Sosial | 2,6 juta | 0.36% |
| 4 | lawak. laris | Humor, Politik, Sosial | 96,1 ribu | 2.21% |
| 5 | komedi_indo | Humor, Politik, Sosial | 295 ribu | 0.09% |
| 6 | humorserius | Humor, Politik, Serius | 539 ribu | 0.19% |
| 7 | literasikata_21 | Ide, Gagasan, Motivasi, | 250 ribu | 0.65% |
| 8 | literasi_waktu | Motivasi | 123 ribu | 3.25% |
| 9 | dibacain_buku | Review buku, Ide, Motivasi, | 309 ribu | 0.35% |
| 10 | motivationmu | Ide, Gagasan, Motivasi | 674 ribu | 0.26% |

Tabel 1 di atas adalah data *engagement* beberapa akun yang diukur menggunakan alat Pengukur *Engagement* insightiq.ai. *Engagement* sendiri adalah ukuran dalam melihat tingkat penerimaan sebuah akun yang dihitung dengan menggunakan rumus 1 berikut;

Rumus *Engagement* Instagram;

$$engagement = \frac{Jumlah\ Like + Jumlah\ Komentar}{Reach} \times 100\% \quad (1)$$

Berdasarkan pengamatan terhadap beberapa hal tersebut, dengan mempertimbangkan bahwa: (1) jumlah pengguna Instagram yang mengakses konten meme relatif tinggi; dan (2) akun-akun Instagram yang berfokus pada konten meme memiliki tingkat **engagement** yang signifikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat literasi di kalangan anak muda kita sebenarnya juga tinggi. Namun, literasi yang dimaksud bukanlah literasi tradisional yang berfokus pada bacaan dari buku atau materi serupa, melainkan literasi yang dicapai melalui konsumsi konten digital yang bersifat hiburan dan relevan dengan pengalaman pengguna. Saat ini, media penyebaran literasi telah bergeser dari format tradisional menuju format digital. Perubahan ini menandakan adanya pergeseran era menuju dunia yang serba digital, sehingga media literasi pun menyesuaikan diri menjadi versi digital untuk lebih selaras dengan kebiasaan dan preferensi generasi muda (Nugraha et al., 2021).

Analisis Algoritma

Algoritma adalah serangkaian aturan dan rumus sistematis yang sudah diatur sedemikian rupa untuk menuju output tertentu. Begitu juga di platform media sosial, algoritma diterapkan agar supaya terjadi dinamika konten berdasarkan ketertarikan minat pengguna (Chen, 2024). Algoritma di dalam media sosial mengumpulkan data dari perilaku sang pengguna seperti history kegiatan di media sosial diantaranya *likes*, *comments* maupun waktu yang digunakan untuk melihat suatu konten. Berdasarkan kombinasi beberapa factor tersebut algoritma memilih dan menampilkan konten yang kemungkinan akan paling menarik bagi pengguna. Selain itu algoritma juga mempertimbangkan hall ai seperti hubungan sosial dari konten

yang relevan dengan pengguna.

Menurut (Mitchell et al., 2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Algoritma Instagram berjalan mengikuti pola para penggunanya, algoritma instagram dirancang sesuai dengan preferensi konten yang disukai dan sering dilihat oleh para penggunanya. Hal ini sesuai dengan fakta sebenarnya bahwa jenis konten yang disukai, dikomentari, dan dibagikan oleh pengguna mempengaruhi konten yang akan muncul di feed mereka.

Korelasi dengan Promosi Literasi

Promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan dan meningkatkan (Andy et al., 2023). Dalam konteks promosi literasi, artinya Literasi diperkenalkan kepada masyarakat luas diharapkan kelak terjadi peningkatan atau kemajuan tingkat literasi. Dengan hadirnya format penyampaian informasi dengan meme berhasil membantu meningkatkan literasi masyarakat Indonesia sehingga dapat meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat.



Gambar 3 Meme Sarkas

Gambar 3 menunjukkan gambar meme yang mudah difahami secara umum, dengan bahasa sarkas, menunjukkan bahwa mahasiswa UIN pada umumnya memiliki nilai agama yang menonjol. Oleh karena meme banyak diminati dan digemari masyarakat luas. Maka kita dapat melakukan kampanye berisi literasi positif dalam bentuk meme. Format meme dengan Bahasa yang mudah dipahami

menjadi jembatan informasi yang efektif, maksud dan tujuan dari penulis tersampaikan dengan mudah (Sykora et al., 2020). Meme juga dengan mudah mendapatkan *engagement* yang lebih tinggi dari pada format postingan pada umumnya. Meme menjadi pilihan terbaik dalam rangka promosi literasi (Yasmin & Zuhriah, 2024).

Pembahasan

Dari hasil Analisa yang didapatkan, meme terbukti dapat membantu menjadi jembatan literasi. Meme memiliki peran besar dalam meningkatkan pemahaman para pembaca. Untuk itu sekarang ini menjadi format yang cukup baik dan cukup mudah untuk dipahami dalam konteks literasi. Hal ini senada dengan penelitian (Linguistik et al., 2024), yang menyatakan bahwa meme sangat berperan penting dalam meningkatkan literasi para pembacanya

Personalisasi konten yang disebabkan oleh Algoritma, berhasil memberikan konten dengan relevansi tinggi sesuai dengan kebiasaan pengguna. Apabila pengguna sering mengakses konten dengan format meme maka konten berikutnya yang muncul adalah konten serupa yang relevan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rozikin, 2021) bahwa format meme ditambah dengan algoritma yang relevan akan efektif mengimprovisasi generasi muda untuk membaca.

Sebagai contoh kita dapat memahami sebuah meme dengan mudah, seperti gambar meme dibawah ini;

Mahasiswa UIN ditanya soal Bahasa Arab dan TOAFL



Gambar 4. Meme ilustrasi berisi afirmasi positif

Jika dideskripsikan, gambar 4 di atas memiliki makna afirmasi positif. Gambar tersebut seakan bercerita namun dengan Bahasa yang singkat dan humor didalamnya. Hal itu karena pada umumnya penulis meme tidak perlu menjelaskan panjang lebar dalam menyampaikan sebuah pesan, cukup dengan humor yang umum dipahami dan sedikit kata-kata penjelasan. Pada gambar di sebelah kiri menggambarkan bahwa mahasiswa UIN secara umum memahami Bahasa Arab dan TOAFL, sehingga digambarkan mereka akan berebut untuk unjuk kemampuan. Secara tersirat ini menjadi pemicu bahwa seharusnya mahasiswa yang berbasiskan keagamaan wajib ahli di bidang keagamaan tersebut. Sementara itu gambar di sebelah kanan menggambarkan sebuah kondisi yang dikaitkan dengan lagu yang sedang trend. Sebuah meme dari potongan lagu dari bernadya berjudul “kata mereka ini berlebihan” menjadi satu format meme dengan pesan ajakan untuk terus membaca buku apapun. Pesan yang terkandung, meskipun tidak mendapatkan orang yang disukai, setidaknya mendapatkan ilmu hasil dari membaca buku. Secara tersirat meme ini memberikan ajakan gemar membaca (Hildan Saputra, 2024).



Gambar 5. Meme ilustrasi berisi afirmasi positif 2

Ilustrasi berikutnya ditunjukkan pada gambar 5 di atas. Meme di sebelah kiri

disajikan dengan format sarkasme, ironi dengan masa sekarang ini ketika banyak generasi masa kini tidak paham pembacaan jam digital. Hal ini dibuktikan dari beberapa video yang viral di media sosial adanya eksperimen sosial yang dilakukan beberapa influencer terhadap pelajar (Rasehzag Fatil, 2024). Hasilnya dinilai sangat mengkhawatirkan. Ini menjadi pelecut kita sebagai pelajar dan semua profesi pada umumnya untuk lebih serius dalam bidang pendidikan. Pada gambar di sebelah kanan menggambarkan meme yang membawa penyederhanaan kisah zaman dahulu. Dikisahkan ada sahabat nabi bernama sa'ad dan abdurahman bin auf, mereka berdua ini dijadikan saudara satu sama lain oleh nabi. Kemudian saad menawarkan salah seorang istrinya atau hartanya kepada abdurahman bin auf. Karena bakat abdurahman bin auf berdagang, dirinya memilih pasar untuk kemudian dijadikannya tempat berdagang (Adli Ahmad, 2023). Meme berhasil meningkatkan sebuah pesan cerita dengan tetap membawakan pesan sesungguhnya.



Gambar 6. Meme ilustrasi berisi afirmasi positif

Ilustrasi selanjutnya ditunjukkan gambar 6. Pada gambar sebelah kiri menggambarkan meme yang membawa pesan sebuah kebudayaan yang sama yaitu Indonesia dan Tiongkok yang sama-sama mengonsumsi nasi pada kesehariannya (Neo Historia Indonesia, 2024). Pesan tersirat dalam meme ini adalah kesamaan kebiasaan atau budaya seringkali memberi berkah bagi kita sehingga dapat memperluas relasi atau hubungan dengan pihak lain. Sementara itu pada gambar meme di sebelah kanan, terdapat pesan untuk meluruskan miskonsepsi tentang

kuliah hanya untuk mencari pekerjaan. Padahal dalam faktanya kuliah adalah proses untuk meningkatkan kualitas dan potensi diri sendiri (Revo Lusi, 2024). Secara tersirat hal ini menjadi penyemangat sekaligus meluruskan sudut pandang untuk para mahasiswa belajar dan menjalani kegiatan di Lembaga pendidikan.

Dari beberapa contoh meme yang disebutkan di atas, terdapat beberapa poin yang menarik untuk dibahas yaitu ; Pertama, meme sangat ampuh menarik pembaca dengan ilustrasi yang unik, lucu dan menghibur sesuai dengan karakter pengguna media sosial khususnya di Indonesia dengan dibuktikan *engagement* akun yang menyediakan meme. Kedua, meme yang disajikan dengan ilustrasi berisi afirmasipositif juga mendapatkan atensi yang tidak kalah banyak dari pengguna media sosial. Hal itu menjadi salah satu strategi yang harus nya bisa digunakan, yaitu dengan melakukan kampanye literasi digital positif dengan cara melalui konten meme.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa secara menyeluruh terhadap beberapa akun instagram yang menggunakan format meme sebagai promosi literasi digital, dapat disimpulkan bahwa meme memiliki peran dan potensi yang signifikan sebagai jembatan literasi di era digital dikarenakan tingkat *engagement* yang tinggi. Faktanya meme terbukti efektif dalam mengemas sebuah informasi yang kompleks menjadi informasi yang mudah difahami, menarik, dan mudah diingat. Dengan visual yang menarik dan humor didalam meme dapat meningkatkan *engagement* dengan pengguna, mendorong pengguna untuk membaca, memahami, dan bahkan membagikan informasi yang terkandung didalam meme tersebut, sehingga informasi yang terkandung dapat tersebar luas. Ini menjadi peluang bagaimana kita melakukan kampanye literasi digital dengan kemasan afirmasi positif mengenai literasi.

Saran

Meme dapat dimanfaatkan secara luas, dengan banyak digemari meme sebagai jembatan literasi, maka meme berkesempatan besar untuk disebarluaskan dalam

rangka promosi literasi. Pengembangan Literasi digital dapat dilakukan dengan memanfaatkan meme secara aktif. Literasi digital meliputi kemampuan untuk memilih, menyaring, dan mengevaluasi informasi yang diterima melalui internet, termasuk meme. Algoritma tidak selalu memberikan efek positif, masyarakat luas perlu memahami cara kerja algoritma secara umum agar tidak mengonsumsi informasi bias akibat algoritma. Gambaran ke depan akan semakin ideal jika dilakukan pengembangan meme yang khusus untuk kampanye literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adli Ahmad. (2023, June 9). *Meme Spongebob*.
<https://www.facebook.com/share/p/18T1aMbrUf/>. Andy, P. :, Wati, P., Martha, J. A., Indrawati, A., Artha, N., Layout, F., & Wildan Fajar, : M. (2023). *Digital Marketing*.
- Arie Bowo, F., & Marthalia, L. (2024). Meme Marketing: Generation Z Consumer Behavior on Social Media. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(2), 188. <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Aulia, B. F., Subarjah, S. S., & Rahma, Y. (2024). BIMA+Vol+2+no+2+Juni+2024+hal+86-93. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(2), 86–93.
- Ausat, A. M. A. (2023). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion and Its Influence on Economic Decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Chen, K. (2024). The Relationship Between the Usage of Memes on Social Media in the Chinese Internet and a Sense of Belonging. *Communications in Humanities Research*, 30(1), 90–98. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/30/20231624>
- Dwivedi, S. K. (2023). Social media memes: A study of its impact on intercultural communications. *International Journal of Development Research*, 61307–61311. <https://doi.org/10.37118/ijdr.26159.01.2023>
- Handayani, F., Siti, :, Sri, D., Sari, R., & Respati, W. (2024). *THE USE OF MEME AS A REPRESENTATION OF PUBLIC OPINION IN SOCIAL MEDIA: A CASE STUDY OF MEME ABOUT BEKASI IN PATH AND TWITTER*.
- Hildan Saputra. (2024, September 12). *Meme Bernadya*.
<https://www.facebook.com/share/p/1AcZL5oh71/>.
- Linguistik, J., Dan, T., Budaya, K., Lubis, S. N., Hafizah, N., Siregar, A., & Nurhidayati, S. A. (2024). *ANALYSIS OF POLITICAL MEMES IN SOCIAL MEDIA*.

- Mitchell, S., Potash, E., Barocas, S., D'amour, A., & Lum, K. (2024). *Annual Review of Statistics and Its Application Algorithmic Fairness: Choices, Assumptions, and Definitions*. 45, 59. <https://doi.org/10.1146/annurev-statistics-042720>
- Nawaf, A., Azura, S., Gultom, S. F., Afriansyah, W., & Putra, A. D. (2023). Analisis Literasi Digital Dalam Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Remaja Desa Payung Kec. Payung Kab. Karo. *Arya Dwi Putra Journal of Human And Education*, 3(2), 337.
- Neo Historia Indonesia. (2024). Meme Indonesia Tiongkok. <https://www.facebook.com/share/p/14d7yFhCon/>.
- Nugraha, A., Hasanah Sudrajat, R., & Primadani Satria Putri, B. (2020). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Sositologi*, 14(3), 237-245. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., Primadani, B., Prodi, S. P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2021). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL: STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.
- Omar, A. S., Ondimu, K. O., & Omar, A. S. (2024). *The Impact of Social Media on Society: A Systematic Literature Review*. <https://doi.org/10.9790/1813-130696106>
- Rahayu, S., Zahara Herman, D., & Zasya Sastra, A. (2019). MEME: GAYA KOMUNIKASI BARU DALAM INTERAKSI DIGITAL.
- Rasehzag Fatil. (2024, March 2). *Meme Jam Analog*. <https://www.facebook.com/share/p/157xUHfXaX/>.
- Revo Lusi. (2024). Meme Kuliah. <https://www.facebook.com/share/15mCgPU9Tv/>.
- Rozikin, F. C. (2021). Historical Meme As a Solution to Improve Generation Z Nationalism in Indonesia. *HISTORIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*, 9(2), 151. <https://doi.org/10.24127/hj.v9i2.3823>
- Sykora, M., Elayan, S., & Jackson, T. W. (2020). A qualitative analysis of sarcasm, irony and related #hashtags on Twitter. *Big Data and Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/2053951720972735>
- Wahidmurni. (2017). PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUALITATIF.
- Yasmin, A. P., & Zuhriah, Z. (2024). Analysis of Sarcasm Language Use on Instagram Social Media (Case Study of Students from the Faculty of Social Sciences UINSU). *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 612-623. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1918>
- Ye, T. (2023). Social Media and Its Impact: Individuals and Society. In *Journal of Education, Humanities and Social Sciences EPHHR* (Vol. 2022).