

## ANALISIS KONTEN MEME VIRUS CORONA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK

(Studi pada Fanpage Meme & Rage Comic Indonesia dan 9GAG)

### *CONTENT ANALYSIS CORONA VIRUS MEME ON SOCIAL MEDIA FACEBOOK (Study on Fanpage Meme & Rage Comic Indonesia and 9GAG)*

Dyah Ayu Fatimah Azzahra<sup>1</sup>, Adi Bayu Mahadian<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

fatimahazzahra@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, adibayumahadian@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

#### Abstrak

*Internet meme* dianggap sebagai bentuk dari media baru yang mempunyai struktur narasi secara ekspresif, dimana para pengguna internet mempunyai hak penuh untuk mengungkapkan pendapat mereka dan bernarasi. Fanpage facebook menjadi salah satu media penyampaian sebuah meme internet. Munculnya isu global mengenai wabah COVID-19 membuat fanpage meme Indonesia yaitu MRCI dan Fanpage meme luar negeri yaitu 9GAG turut membuat konten meme COVID-19. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui tema perbincangan *meme* dengan pendekatan teori Limor Shifman, (2) Untuk mengetahui bagaimana *meme* digunakan dalam memperbincangkan isu global mengenai virus corona. Jenis penelitian Kualitatif menggunakan paradigma konstruktivisme yang menggunakan teknik analisis konten Shifman. Dalam analisisnya Shifman menggunakan tiga elemen yaitu bentuk, konten, dan sikap. Hasil penelitian ini ditemukan enam kategori meme dari fanpage MRCI dan tiga kategori meme dari fanpage 9GAG. Konten yang bertema lonjakan COVID-19 adalah yang paling unggul di MRCI, sedangkan konten bertema Karantina merupakan yang unggul di 9GAG. Perbincangan wabah COVID-19 pada MRCI menggunakan meme bukan hanya untuk humor semata namun juga mengandung satir terhadap pemerintah maupun sosial masyarakat. Terdapat adanya penambahan unsur glocalisasi dalam pembuatan konten meme COVID-19 pada kedua fanpage MRCI dan 9GAG.

**Kata kunci : internet meme, analisis konten, COVID-19**

---

#### Abstract

*Memes Internet* are considered as a form of new media that has an expressive narrative structure, where internet users have the full right to express their opinions and narrate. Facebook fanpage is one of the media for delivering internet memes. The emergence of global issues regarding the COVID-19 outbreak has made Indonesia's meme fanpage MRCI and overseas meme fanpage 9GAG also create COVID-19 meme content. The aims of this study are: (1) To find out the theme of meme conversation with Limor Shifman's theoretical approach, (2) To find out how memes are used to discuss global issues regarding the corona virus. This type of qualitative research uses a constructivist paradigm that uses Shifman's content analysis technique. In her analysis, Shifman uses three elements, namely form, content, and stance. The results of this study are found six categories of memes from the MRCI fanpage and three categories of memes from the 9GAG fanpage. The COVID-19 spike-themed content excels at MRCI, while the Quarantine-themed content excels at 9GAG. The discussion of the COVID-19 outbreak at MRCI using memes is not only for humor but also contains satire against the government and social society. There are the addition of an element of glocalization in the creation of COVID-19 meme content on both MRCI and 9GAG fanpages.

**Keywords: memes internet, content analysis, COVID-19**

---

## 1. PENDAHULUAN

Internet *meme* menjadi tren dikalangan masyarakat Indonesia beberapa tahun belakangan ini semenjak munculnya *meme* di sosial media khususnya facebook. Banyak orang memahami internet *meme* sebagai perpaduan komposisi gambar dan tulisan yang mengundang gelak tawa. Internet *meme* adalah salah satu bentuk pesan untuk menyebarkan informasi tertentu melalui jejaring internet. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Nugraha et al. (2015) bahwa *meme* merupakan sebuah penyampaian pesan dalam bentuk baru dimana *meme* adalah gambar atau foto yang diberikan teks sehingga menghasilkan sebuah makna tertentu. Sedangkan menurut (Christiany Juditha, 2015) *meme* dalam bentuk gambar atau video diartikan sebagai gagasan, perilaku atau pesan yang menyebar dari satu orang ke orang lain melalui media sosial yang dikemas menjadi hiburan karena sifatnya lucu, mengandung parodi. Namun juga menimbulkan masalah dimana orang menganggap segala sesuatu dapat dijadikan candaan dalam bentuk *meme* yang tujuannya mengkritisi isu-isu tertentu.

Salah satu isu yang sedang hangat dibicarakan saat ini adalah Virus Corona yang muncul sejak Desember 2019 di Wuhan, China. Corona Virus Disease 2019 atau COVID-19 merupakan sebuah virus yang menyerang sistem pernafasan akut manusia (Zhou et al., 2020). Karena penyebaran virus corona sangat cepat, maka dengan waktu singkat virus corona kian menyebar dan meluas ke berbagai negara di dunia. Thailand adalah negara yang pertama kali terpapar penyebaran virus corona yaitu pada tanggal 13 Januari 2020. Hingga kemudian pada bulan Maret 2020 menjadi awal kemunculan kasus terduga COVID-19 di Indonesia (Widiastuti et al., 2020).

Setiap individu memiliki respon yang berbeda dalam menyikapi COVID-19, meskipun virus corona yang mewabah sedang meresahkan dan menakuti seluruh negara di dunia, namun masih terdapat sebagian orang yang menganggap virus corona tidak berbahaya, contohnya adalah postingan yang sedang marak beredar di dunia maya khususnya facebook antara lain dari fanspage *Meme Untuk Yang Meriah Kesegarannya Reborn* yang mempunyai 42.310 pengikut dan 39.579 orang yang menyukai ini.



Gambar 1.1 Meme Spongebob

Gambar yang terdiri dari gabungan potongan tokoh kartun Spongebob dan Patrick. Isi dari konten *meme* tersebut menerangkan orang yang keluar rumah dan tidak takut tertular wabah virus corona yang digambarkan dengan tokoh Patrick. Sedangkan tokoh Spongebob digambarkan sebagai orang yang bertanya dan menegur tokoh Patrick. Isi konten *meme* tersebut mewakili masyarakat Indonesia yang sebagian orangnya tidak peduli dengan wabah virus corona.

Gambar tersebut beredar melalui media penyampaian pesan baru yaitu *fanspage facebook*. *Fanspage* atau halaman facebook merupakan sebuah layanan atau fitur dari facebook yang menyediakan berbagai macam informasi sesuai yang kreator inginkan layaknya sebuah blog (Rahayu, 2018). Ada banyak fanspage facebook mengenai *meme* yang ada di Indonesia salah satunya adalah *Meme & Rage Comic Indonesia* yang merupakan satu perusahaan dengan *Meme Comic Indonesia*. MRCI dikatakan sebagai fanspage besar kedua di Indonesia setelah fanspage *Meme Comic Indonesia* yang saat ini sudah tidak eksis lagi. Fanspage *Meme & Rage Comic Indonesia* (MRCI) berdiri pada tanggal 13 Januari 2013 dengan pengikut sebanyak 5.289.290 orang dan memiliki 5.151.297 orang yang menyukai halaman

ini pada 21 Juli 2021.

Laman *meme* juga sangat populer diluar negeri, salah satu penggagas *meme* yang masih eksis hingga kini ialah 9GAG yang sudah mendapatkan centang biru dengan banyaknya pengikut yaitu 42.364.276 orang dan 42.005.463 yang menyukai halaman ini dari seluruh dunia. 9GAG merupakan startup yang berbasis di Hong Kong dan sudah berdiri sejak 2008. Orang yang mengelola halaman 9GAG saat ini berada di wilayah yang berbeda yaitu Hong Kong berjumlah 41 orang, United States berjumlah 7 orang, dan Sweden berjumlah 2 orang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui cara seseorang menanggapi sebuah isu global dengan menggunakan cara lokal. Hal ini dapat disebut sebagai proses glokalisasi. Menurut (Robertson, 2012) glokalisasi sebagai sebuah proses interpretasi suatu hal yang bersifat global namun dikemas dengan cara lokal, namun nilai-nilai lokal dikemas menggunakan cara global, sehingga menjadi berjalan beriringan. Penelitian ini menjadi penting karena merupakan satu peristiwa mengenai *meme* internet yang mungkin akan berbeda dengan *meme* pada umumnya. Peneliti ingin mengetahui apakah kreator *meme* di Indonesia mengadopsi konten global untuk menciptakan *meme* mengenai fenomena global namun untuk dikonsumsi masyarakat lokal Indonesia dan juga mengidentifikasi tema dan perbincangan *meme* corona.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian **Analisis Konten Meme Corona di Media Sosial Facebook**. Peneliti menggunakan metodologi kualitatif, dengan berfokus pada analisis konten dan menggunakan tiga elemen *meme* dari Limor Shifman (2014) yaitu bentuk, konten, dan sikap. Peneliti melakukan observasi pada platform Facebook yaitu pada fanpage *Meme & Rage Comic* Indonesiadan 9GAG. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tema perbincangan *meme* dan bagaimana masyarakat memperbincangkan isu global virus corona melalui *meme*.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Meme

(Sartika, 2004) menyatakan bahwa kata *meme* dikemukakan pertama kali oleh Richard Dawkins dan hal ini disepakati oleh Blackmore dan Lynch pada tahun 1998. Dawkins dalam bukunya *The Selfish Gene* pada tahun 1976 yang menjelaskan bahwa *meme* merupakan unit-unit budaya kecil di analogikan dengangen yang menyebar dari satu orang ke orang lain melalui adanya imitasi (Shifman, 2014). *Meme* terus melakukan replikasi melalui suatu gagasan tertentu sehingga menghasilkan pola yang berulang-ulang yang pada akhirnya membentuk suatu pola kebudayaan dalam skala besar. Dawkins mengungkapkan bahwa terdapat evolusi kebudayaan bagi kehidupan manusia dan replikaturnya, dan hal tersebut adalah *meme* (Christiany Juditha, 2015, pp. 105–116).

Limor Shifman mengatakan jika *meme* memiliki karakteristik yaitu melalui replikasi sebuah ide atau kejadian yang mengalami perubahan, persaingan, dan seleksi *Meme* yang dapat bertahan di tengah masyarakat merupakan *meme* yang sesuai dengan lingkungan dan sosial budaya yang dianut, apabila tidak sesuai yang lainnya akan punah (Shifman, 2014).

### 2.2 Internet Meme

Pada dasarnya konsep *meme* tidak dapat terlepas dari keberadaan internet yang membantunya menjadi sebuah konten viral dan menyebar layaknya sebuah virus dalam waktu cepat. Internet *meme* mulai tercipta ketika dimana pengguna internet membuat, menciptakan, atau mengunggah konten *meme* kemudian menyebarkannya. Proses penyebaran *meme* atau imitasi oleh pengguna internet terkadang menyebar dengan cara yang sama dan tidak jarang menyebar melalui perubahan atau turunan (Castaño Díaz, 2013).

### 2.3 Genre Meme

(Shifman, 2014) yang mengungkapkan genre *meme* sebagai “vernacular creativity” yaitu keadaan dimana kreator *meme* dapat menciptakan banyak susunan *meme* yang tidak ada habisnya, dan dapat dengan bebas melakukan

imitasi atau turunan pada *meme* yang sedang berkembang. Sebuah *meme* tidaklah bisa dipisahkan dari genre. Genre merupakan jenis pilihan untuk berkomunikasi yang didalamnya terdapat *meme* sebagai bentuk penyampaiannya untuk menyuarakan ide, gagasan, atau kritik terhadap isu sosial yang sedang terjadi ditengah masyarakat. *Meme* mengikuti genre yang berkembang dengan pemeliharaan, instruksi terperinci, dan memodifikasi. Jika berbicara secara struktural maka pembuatan genre mengikuti aturan tanpa mengubah genre (Yates & Orlikowski, 1992).

#### 2.4 Struktur Kajian Meme Internet

Struktur dasar yang dimiliki *meme* adalah *image macro*, yaitu sebuah elemen visual yang terdiri dari gambar dan pesan cerdas atau slogan. Istilah *image macro* tercipta pertama kali saat forum daring *something awful* yaitu fitur yang membantu pengguna untuk pembuatan *meme* dari elemen gambar dan teks (Rintel, 2013). *Demotivational posters* merupakan tipe yang terdiri dari gambar, teks, dan bingkai hitam namun memiliki susunan yang berbeda yaitu bagian teks yang terletak dibawah dan memiliki ukuran yang berbeda. Struktur kerangka lain dalam membentuk sebuah *meme* dapat menggunakan jenis *exploitable image* dimana dalam pembuatan sebuah *meme* dapat menambahkan sebuah elemen baru. Seiring berkembangnya waktu maka berkembang pula struktur pada *exploitable image* yang sudah tidak hanya menggabungkan antara elemen foto dan teks saja, namun juga terdapat karakter baru yang masuk dalam kategori "*ragecomics*", merupakan serangkaian komik web dengan karakter yang dapat kita buat sendiri menggunakan aplikasi *Microsoft Paint*.

#### 2.5 Elemen Meme

*Meme* dianggap sebagai hasil budaya partisipatif digital yang tidak akan ada tanpa unsur elemen penting teknologi yaitu replicability, interactivity dan reach (Baym, 2010). Adanya unsur elemen visual juga mempengaruhi penciptaan sebuah *meme*. Elemen visual tak kalah penting pengaruhnya dari elemen-elemen lain pembentuk sebuah *meme*. Beberapa elemen visual yang membentuk sebuah *meme* antara lain berupa gambar, ikon, atau teks. Pengguna internet sebagai partisipan yang terlibat aktif berhak untuk menggabungkan elemen-elemen tersebut sesuai keinginan yang sumbernya tersedia secara tidak terbatas. Namun elemen dengan menggunakan foto tertentu yang sudah familiar di kalangan pengguna internet akan lebih mudah diterima.

#### 2.6 Perbincangan Isi dalam Meme

Maksud dan perbincangan pada sebuah *meme* dapat dimaknai menggunakan teori praanggapan, implikatur, dan entailmen (Syahnan Daulay, 2018). Temuan kajian menunjukkan bahwa setiap wacana *meme* mengandung praanggapan yang berbeda tergantung dari apa yang menjadi sasaran dalam topik wacana tersebut. Praanggapan dalam *meme* muncul setelah terjadinya sesuatu isu atau adanya fenomena karena kreator *meme* menciptakan *meme* dengan topik tertentu berdasarkan realita yang ada. Oleh sebab itu, dalam proses menemukan praanggapan yang terkandung dalam *meme*, maka pembaca harus lebih dulu memahami dan mengetahui fenomena apa yang sedang terjadi.

#### 2.7 Glokalisasi Meme Internet

Tri Kusuma (2017) menyatakan satu kebudayaan baru yang dinamakan glokalisasi tercipta karena adanya budaya asing yang masuk melalui proses globalisasi. Dalam dunia *meme* internet, glokalisasi yang dimaksud adalah adanya unsur global yang dibawa kedalam pembuatan *meme* lokal. Seperti adanya penambahan karakter orang luar negeri dan bukan menggunakan orang lokal atau adanya *memetika* yang dibawa dari proses globalisasi. Karena kini media sosial merupakan media yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehingga keberadaan *meme* internet akan lebih mudah untuk menembus masyarakat melalui kontennya. Pada kasus glokalisasi, internet *meme* dapat menjadi perantara untuk menyebarkan konsep tersebut melalui konten.

### 3. METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif

merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti suatu obyek yang alamiah, dimana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci, menggunakan teknik triangulasi (gabungan) sebagai teknik pengumpulan data, analisis data bersifat induktif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan kepada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivisme dimana kebenaran merupakan suatu realitas sosial yang dilihat sebagai hasil konstruksi sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, serta menggunakan metode analisis konten, karena berfokus menganalisis isi konten *meme* agar mampu diteliti dan diamati secara lebih mendalam. Hal ini berguna untuk menciptakan pemahaman mengenai isi *meme* pada kasus virus corona yang dianggap sebagai sebuah tragedi global di tengah masyarakat.

Penelitian yang dibuat ini menggunakan elemen analisis konten oleh (Shifman, 2014) yang mana terdapat elemen – elemen *form*, *content*, dan *stance*. Peneliti akan melakukan analisis terhadap konten *meme* virus corona yang muncul di media sosial facebook MRCI dan 9GAG. Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan eksploratif untuk mengumpulkan data-data, dimana dalam pengumpulan data terkait obyek yang diteliti dengan cara melakukan metode dokumentasi yaitu mengumpulkan *meme* yang muncul pada fanpage MRCI dan 9GAG.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Karakteristik Objek Penelitian**

Pada bab ini, peneliti melakukan analisis terhadap konten meme yang diunggah oleh fanpage facebook Meme & Rage Comic Indonesia dan 9GAG dengan metode yang digunakan yaitu analisis isi deskriptif yang dikemukakan oleh Eriyanto (2011). Peneliti merujuk pada tiga unsur meme berdasarkan (Shifman, 2014, p. 8) yaitu konten, bentuk, dan sikap.

Data yang peneliti dapatkan diambil dari fanpage Meme & Rage Comic Indonesia yang diunggah pada periode 1 Januari 2020 hingga 31 Desember 2020 sebanyak 46 konten meme. Dalam waktu yang akan datang, mungkin akan muncul bentuk-bentuk struktur meme baru, namun pada bab ini peneliti membatasi pada ruang lingkup kategori yang besar sehingga bentuk baru tersebut dapat dengan mudah diidentifikasi berdasarkan kategori yang sudah ada. Unit analisis yang peneliti tentukan berdasarkan tiga elemen analisis konten Shifman (2014) yaitu bentuk, konten, dan sikap.

##### **4.2 Menganalisis Meme**

Peneliti membuat kategori berdasarkan konteks meme untuk mempermudah dalam memahami tema perbincangan meme internet di Indonesia dan luar negeri. Dari hasil yang peneliti dapatkan bahwa ditemukan kategori meme internet Indonesia yaitu kategori “COVID-19”, “Karantina dan Lockdown”, “Sekolah Online”, “Dilarang Ibadah di Tempat Umum”, “Bantuan Sosial” dan kategori meme mengenai “Vaksin”. Sedangkan untuk kategori meme internet luar negeri yaitu kategori “COVID-19”, “Karantina”, dan kategori “SFH/WFH”.

##### **4.3 Hasil Analisis**

Terdapat pola-pola yang muncul diantara ketiga elemen (bentuk, konten, sikap) dari masing-masing fanpage dan kategori:

###### **1. Fanpage Meme & Rage Comic Indonesia**

- Elemen bentuk ini merupakan sebuah *Single Pane Exploitable* yang memiliki bentuk konsisten pada setiap konten dan kategori yang dibuatnya. Pola pembuatan dalam MRCI cenderung menambahkan elemen baru seperti potongan judul berita kedalam sebuah meme dan penambahan gambar pendukung populer dibawahnya. Sehingga struktur yang dihasilkan akan bersusun atas kebawah. Pada pola elemen bentuk ini direplikasi oleh pembuat meme dengan menambahkan unsur elemen lain kedalamnya, namun meskipun mendapat tambahan dan struktur meme menjadi berubah akan dengan mudah dipahami dan diciptakan Kembali.

- Elemen konten merupakan latar belakang dari penambahan gambar pendukung kedalam sebuah meme. Gambar pendukung biasanya terdapat dibawah setelah judul berita. Gambar pendukung menunjukkan ekspresi yang mendukung judul berita yang dicantumkan kedalam meme. Elemen konten juga menyangkut teks yang tertera didalam meme.

- Elemen sikap menunjukkan pemaknaan keseluruhan meme tersebut dibuat dan ditujukan kepada siapa dengan alasan apa. Elemen sikap pada kategori MRCI lebih kepada kritik sosial dan sindiran untuk pemerintah.

## 2. Fanpage 9GAG

- Elemen bentuk yang tertera pada konten disetiap kategori adalah *image macro*. Dengan sebuah elemen visual yang terdiri dari gambar dan pesan cerdas atau slogan. Format yang sering muncul adalah tulisan dengan rata tengah, teks yang dibuat dengan ukuran besar, teks yang berada diatas merupakan pendahuluan dan teks yang dibawah merupakan inti dari pesan utama. Atau juga hanya satu teks yang berada di atas. Pada gambar dalam elemen bentuk dibanyak kategori fanpage 9GAG adalah gambar yang isinya telah dikenali serta maknanya pun diketahui pengguna internet.

- Elemen konten merupakan gambar yang dipilih oleh pembuat meme. Gambar yang diambil dari film/kartun yang memiliki situasi atau visual yang mendukung ekspresi untuk konten meme.

- Elemen sikap merupakan sebuah makna yang ikut diciptakan bersama dengan penciptaan konten meme. Pada kategori 9GAG penciptaan meme lebih dikarenakan unsur lelucon didalamnya.

Tema mengenai virus corona pada fanpage Meme & Rage Comic Indonesia lebih memiliki banyak aspek yang dapat dibahas seperti dalam bidang kategori meme dan juga struktur pembuatan meme. Sehingga variasi meme yang digunakan juga lebih banyak. Variasi meme yang terdapat pada konten MRCI mengenai virus corona yaitu Stonks, Undertaker Entering Arena, Meme is Meme, Yes No – Drake, dan Spiderman Bus. Sedangkan pada fanpage 9GAG masih menggunakan struktur meme yang lama yaitu image macro dan variasi meme seperti Woman yelling at the Cat dan Animal Video Conferences.

. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perbincangan meme corona dalam praktik tragedi di fanpage MRCI lebih bersifat satir. Meme yang dibuat merupakan hasil produksi dari admin yang mengelola fanpage MRCI yang menanggapi isu serta peristiwa dengan menyertakan potongan judul berita serta penambahan teks yang cenderung satir dengan sindiran yang menarik dan membuat kritik mudah dicerna. Sedangkan dalam fanpage 9GAG temuan penelitian menunjukkan bahwa perbincangan meme corona dalam praktik tragedi lebih bersifat santai dan tidak membawa unsur politik pemerintahan didalamnya.

Praktik penyebaran meme yang bersifat luas dan terbuka membentuk pola-pola dari globalisasi dan juga lokalitas konten. Penemuan hasil analisis diantara kedua fanpage mengenai glocalisasi yaitu adanya penambahan unsur karakter orang luar yang digunakan dalam pembuatan konten di fanpage MRCI. Hampir disetiap konten yang dibuat oleh MRCI menambahkan karakter orang asing didalam meme, walaupun juga dijejarkan dengan orang lokal. Selain itu unsur berita yang dimasukan kedalam konten MRCI juga mengambil pemberitaan di luar negeri yang kemudian dibandingkan dengan pemberitaan lokal. MRCI juga menggunakan variasi meme luar negeri untuk dijadikan sebuah konten meme seperti variasi Stonks, Undertaker Entering Arena, Meme is Meme, Yes No – Drake, dan Spiderman Bus.

## 5. KESIMPULAN

### 1. Tema perbincangan meme virus corona

Setelah dianalisis menggunakan tiga elemen analisis konten meme Shifman, peneliti menemukan lebih banyak aspek yang dibahas oleh fanpage MRCI daripada 9GAG sehingga dari konten MRCI ditemukan enam kategori perbincangan mengenai virus corona yaitu “COVID-19”, “Karantina dan Lockdown”, “Sekolah Online”, “Dilarang Ibadah di Tempat Umum”, “Bantuan Sosial” dan kategori meme mengenai “Vaksin” dengan ditemukan penggunaan struktur Single Pane Exploitable yang paling banyak digunakan pada setiap kategori dan konten yang paling banyak muncul

adalah kategori COVID-19 berjumlah 12 konten meme. Sedangkan pada fanpage 9GAG memiliki tiga kategori yaitu kategori “COVID-19”, “Karantina”, dan kategori “SFH/WFH”. Fanpage 9GAG hanya membahas corona secara umum dan meme yang paling banyak ditemukan adalah meme dengan kategori pembahasan karantina. Struktur yang paling banyak ditemui pada fanpage 9GAG yaitu struktur image macro.

## 2. Perbincangan virus corona menggunakan meme

Isi konten meme yang diperbincangkan dalam bentuk internet meme pada Fanpage Facebook MRCI dan 9GAG ditemukan bahwa isi konten MRCI didominasi isu mengenai kemunculan COVID-19 hingga melonjaknya kasus virus corona di Indonesia. Gambar yang banyak muncul merupakan gabungan dari potongan judul berita dan elemen gambar pendukung serta terdapat elemen teks. Perbincangan virus corona pada MRCI juga menggunakan konteks glokalisasi terlihat dari variasi meme pada MRCI yang terdapat beberapa variasi global seperti Stonks, Undertaker Entering Arena, Meme is Meme, Yes No – Drake dan Spiderman Bus. Sedangkan isi konten 9GAG didominasi konten mengenai karantina dengan gambar yang diambil dari film/kartun. Tidak ditemukan konten yang melibatkan unsur pemerintahan didalan meme yang dibuat.



## Referensi

- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Choice Reviews Online. <https://doi.org/10.5860/choice.194329>
- Castaño Díaz, C. (2013). Defining and characterizing the concept of internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(2), 82–104. <https://doi.org/10.21615/2642>
- Christiany Juditha. (2015). Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung. *Pekommas*.
- Nugraha, Ratih Hasanah Sudrajat, Berlian Primadani Satria Putri, A. (2015). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM). *Jurnal Sosioteknologi*, 14, No.3, 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/41731-ID-fenomena-meme-di-media-sosial-studi-etnografi-virtual-posting-meme-pada-pengguna.pdf>
- Rahayu, D. F. (2018). *PERILAKU KOMUNIKASI MELALUI MEME di FANPAGE FACEBOOK (Studi pada Anggota Komunitas Meme Comic Indonesia)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rintel, S. (2013). Crisis memes: The importance of templatability to Internet culture and freedom of expression. *Australasian Journal of Popular Culture*, 2(2), 253–271. [https://doi.org/10.1386/ajpc.2.2.253\\_1](https://doi.org/10.1386/ajpc.2.2.253_1)
- Robertson, R. (2012). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 18(2), 1–19. <https://doi.org/10.1080/13216597.2012.709925>
- Sartika, T. D. (2004). Tracing Cultural Evolution Through Memetics. *Computational Economics*. <http://econwpa.wustl.edu/eps/comp/papers/0405/0405007.pdf>
- Shifman, L. (2014). MEMES IN DIGITAL CULTURE. In *Library of Congress Cataloging-in-Publication Data*. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Sugiyono. (2014). Metode dan Prosedur Penelitian. *E-Journal*.
- Syahnan Daulay, T. A. B. (2018). *M p d p m k i*. 29 No. 2, 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24114/bhs.v29i2.11568>
- Tri Kusuma, A. (2017). Kreolisasi dalam Kultur Suporter Sepakbola (Mimikri, Hibriditas dan Glokalisasi Brigata Curva Sud PSS Sleman). *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 117–136. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss2.art2>
- Widiastuti, A., Ismail, M. R., & Iswanto, A. Z. (2020). Analisis Semiotika Meme ‘ Profesi Yang Tidak Dapat Work From Home ’ Selama Pandemi Covid -19. *Jurnal Semiotika*, 14(1), 1–7.
- Yates, J., & Orlikowski, W. J. (1992). Genres of Organizational Communication: a Structural Approach To Studying Communication and Media. *Academy of Management Review*, 17(2), 299–326. <https://doi.org/10.5465/amr.1992.4279545>
- Zhou, F., Yu, T., Du, R., Fan, G., Liu, Y., Liu, Z., Xiang, J., Wang, Y., Song, B., Gu, X., Guan, L., Wei, Y., Li, H., Wu, X., Xu, J., Tu, S., Zhang, Y., Chen, H., & Cao, B. (2020). Clinical course and risk factors for mortality of adult inpatients with COVID-19 in Wuhan, China: a retrospective cohort study. *The Lancet*, 395(10229), 1054–1062. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30566-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30566-3)