**ANALISIS KOMUNIKASI VISUAL PADA MEME AJAKAN SAHUR**

Muhammad Syarifudin, Amin Daroini, Anggun Sekar Sari, Ulfa Urohmah

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam ISQI Sunan Pandanaran

**ABSTRAK**

Meme ajakan sahur telah menjadi fenomena populer selama bulan Ramadhan. Meme ini menggunakan kombinasi gambar, teks, dan warna untuk menyampaikan pesan ajakan sahur secara kreatif dan efektif. Penelitian ini menganalisis komunikasi visual pada meme ajakan sahur dengan fokus pada elemen-elemen visual seperti gambar, teks, dan warna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meme ini menggunakan berbagai elemen visual untuk menarik perhatian, menyampaikan pesan secara langsung, dan menciptakan suasana ceria. Secara keseluruhan, meme ajakan sahur merupakan contoh bagaimana komunikasi visual dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif. Meme ini dapat menjadi media yang bermanfaat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjalankan ibadah puasa. Meme ajakan sahur telah menjadi fenomena populer selama bulan Ramadhan. Meme ini menggunakan kombinasi gambar, teks, dan warna untuk menyampaikan pesan ajakan sahur secara kreatif dan efektif. Penelitian ini menganalisis komunikasi visual pada meme ajakan sahur dengan fokus pada elemen-elemen visual seperti gambar, teks, dan warna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meme ini menggunakan berbagai elemen visual untuk menarik perhatian, menyampaikan pesan secara langsung, dan menciptakan suasana ceria. Secara keseluruhan, meme ajakan sahur merupakan contoh bagaimana komunikasi visual dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif. Meme ini dapat menjadi media yang bermanfaat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjalankan ibadah puasa.

**ABSTRACT**

Memes inviting sahur have become a popular phenomenon during the month of Ramadan. This meme uses a combination of images, text and colors to convey the message of an invitation to sahur creatively and effectively. This research analyzes visual communication in the sahur invitation meme with a focus on visual elements such as images, text and color. The research results show that this meme uses various visual elements to attract attention, convey a message directly, and create a cheerful atmosphere. Overall, the sahur invitation meme is an example of how visual communication can be used to convey religious messages effectively. This meme can be a useful medium for increasing public participation in fasting.

**PENDAHULUAN**

Istilah meme diperkenalkan oleh Richard Dawkins, seorang ahli biologi, dalam bukunya The Selfish Gene tahun 1976. Kata meme berasal dari bahasa Yunani “mimeme” (sesuatu yang menyerupai/meniru) dan menyerupai “gen”. Dawkins menggunakan istilah ini untuk mendefinisikan kelahiran budaya, dengan asumsi bahwa budaya adalah pembentukan banyak replikator. Hipotesisnya adalah manusia harus memandang kemunculan budaya sebagai asal mula dari banyak formasi replikator, yang biasanya berkembang biak melalui hubungan dengan orang-orang yang berevolusi sebagai peniru (walaupun tidak sempurna) yang menyalin informasi dan perilaku secara efektif (Dawkins, 2006). Istilah meme kemudian dikembangkan menjadi “Internet memes” oleh Limor Shifman (2012). Shifman mengatakan meme internet dapat diperlakukan sebagai (postingan) modern dalam bentuk "cerita rakyat", yang dibangun dari artefak budaya seperti gambar hasil photoshop atau legenda urban, serta norma dan nilai. Meme sebagai budaya Internet menunjukkan bagaimana ide ditiru, disebarluaskan, dan ditransmisikan dari orang ke orang melalui interaksi atau percakapan, melalui media “analog” dan “digital” (Brunello, 2012). Meme internet terdiri dari kombinasi gambar, foto, slide, dan teks yang dimaksudkan untuk menanggapi topik yang dibahas dalam wacana sosial. Berbagai macam konten tersebar di media sosial, termasuk konten meme yang menjadi fenomena dan hiburan bagi para pengguna media sosial. Meme adalah penyebaran kebudayaan melalui replikasi gagasan, gagasan yang menembus persepsi manusia. Kebudayaan adalah apa yang diterapkan pada fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Di era digital, meme sudah menjadi fenomena populer dan digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk menyampaikan pesan keagamaan seperti mengajak sahur. Meme undangan sahur menarik untuk dikaji karena memadukan unsur visual dan tekstual untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan efektif. Dalam penyebaran meme, Internet dianggap sebagai media utama lelucon tradisional, yang disebut lelucon kalengan, dan mempromosikan bentuk-bentuk baru humor visual-verbal. Situs-situs humor menyediakan lahan subur bagi produksi dan penyebaran humor di berbagai negara, sehingga mencerminkan dan membentuk selera humor masyarakat. Inilah peran Internet dan teknologi informasi; belakangan ini telah memfasilitasi masuknya bentuk-bentuk humor baru, yang biasanya didasarkan pada gambar (foto atau gambar) atau film sangat pendek dengan teks pendek.

Munculanya meme dilatar belakangi dari berbagai kepentingan induvidu, kelompok, atau golongan. Banyak da’i atau masyarakat yang menggunakan meme sebagai media untuk berdakwah melalui platformplatfrom digital atau media sosial yang nantinya bisa di bagikan ke pengguna platform lainnya sehingga bisa menjadi “Viral”. Fokus pada penelitian ini yaitu meme dengan tema ajakan sahur denan berbagai bentuk yang tersebar di internet. Meme ajakan sahur merupakan contoh bagaimana komunikasi visual dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif. Memr ini dapat menjadi media yang bermanfaat untuk mengingatkan partisipasi masyarakat dalam menjalankan ibadah puasa. Meme ajakan sahur dapat dilihat di berbagai media salah satunya di tik tok pada akun mimi.peri.

Meme sahur menjadi fenomena menarik dibulan Ramadhan, menyampaikan pesan keagamaan melalui komunikasi visual. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan semiotika, penelitian ini bertujuan untuk memahami cara kerja meme dalam menyampaikan pesan seruan ke Sahur. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang lebih dalam dan kontekstual dari meme. Dan pendekatan semiotika membantu dalam menganalisis tanda dan simbol yang digunakan dalam meme. Dalam Penelitian Kualitatif mempunyai langkah-langkah yang harus di teliti yaitu, Pengumpulan data meme ajakan sahur akan dikumpulkan dari berbagai sumber online, seperti media sosial, platform berbagi meme, dan forum online. Analisis Data, Memeakan dianalisis berdasarkan elemen visualnya, seperti gambar, teks, dan warna. Analisis semiotika akan digunakan untuk mengidentifikasi makna yang terkandung dalam elemen-elemen tersebut. Dan yang terakhir Interpretasi Hasil, Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk memahami bagaimana meme ajakan sahur bekerja dalam menyampaikan pesan.

**METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.[[1]](#footnote-1) Penelitian kualitatif ini menunjukkan perbedaan antara aspek alamiah dan kuantitas. Metode ini tidak berfokus pada penghitungan atau jumlah, melainkan pada penggalian makna secara mendalam. Dalam analisisnya, peneliti menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes sebagai alat untuk memahami fenomena yang ditelitinya. Menurut Barthes,[[2]](#footnote-2) Teks tersebut mengembangkan konsep Saussure dengan menekankan bahwa interaksi antara pengguna tanda dan tanda itu sendiri penting untuk menciptakan makna. Menurut Roland Barthes, semiotika adalah studi tentang bentuk. Semiotika tidak hanya memeriksa hubungan antara penanda dan petanda, tetapi juga mempertimbangkan keseluruhan relasi di dalamnya. Semiotika dapat meneliti teks di mana tanda-tanda terkodifikasi dalam sebuah sistem. Dengan demikian, semiotika dapat meneliti bermacam-macam teks seperti, berita, film, iklan, fashion, fiksi, puisi dan drama.[[3]](#footnote-3)

Menurut Barthes, tanda denotatif terdiri dari penanda dan petanda. Namun, dalam pandangan Barthes, tanda denotatif juga berfungsi sebagai penanda konotatif. Dalam konsepsi Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, tetapi juga mencakup kedua komponen tanda denotatif yang mendukung keberadaannya. Secara kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang sering disebut sebagai mitos, yang berperan dalam mengungkapkan dan membenarkan nilai-nilai dominan dalam suatu periode tertentu.[[4]](#footnote-4) Barthes menyebut fenomena ini membawa tanda dan konotasinya untuk membagi pesan tertentu sebagai penciptaan mitos. Pemikiran Barthes tentang mitos nampaknya masih melanjutkan apa yang diungkapkan Saussure tentang hubungan bahasa dan makna atau antara penanda dan petanda. Bagi Barthes, mitos berada pada wilayah kedua yaitu konotasi. Konotasi bagi Barthes justru mendenotasikan sesuatu hal yang ia nyatakan sebagai mitos, dan mitos ini mempunyai konotasi terhadap ideologi tertentu. Dengan mengacu terhadap penelitian analisis simeotika Rolan Barthes peneliti mencoba menguraikan makna komunikasi denotasi, konotasi, dan mitos terhadap beberapa meme ajakan sahur yang muncul pada postingan media sosial website facebook instagram dan lainnya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil analisis data yang kami lakukan, banyak hal menarik yang terdapat dalam meme yang merepresentasikan ajakan untuk melaksanakan sahur. Sebagian besar meme banyak memuat motivasi terhadap masyarakat agar mengerjakan sahur, Bentuk-bentuk ajakan yang terdapat dalam meme dikemas dengan cukup menarik, sehingga bentuk ajakan tersebut justru menjadi hiburan bagi penikmat meme. Lihat data meme berikut.

 

*Gambar 1. Meme bersyukur jukihoki Gambar 2. Sahur Ramadhan dan Ngabuburit*

**Tabel 1. Analisis Data**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Signified* (petanda)** | ***Signifier* (penanda)** | |
| **Data 1.**  Bentuk visual meme mencirikan rasa syukur menikmati mie disahur pertama | **Data 1.** Kalimat ”tetap bersyukur walau makan mie instan dihari pertama sahur | |
| **Data 2.** Bentuk visual mengajak sahur dengan memukul alat dan berteriak sahur | **Data 2.** Kalimat “sahur!! Pak, bu… sahuuurr” | |
| **Denotative Sign (Makna Denotatif)** | | | |
| **Data 1.** Menikmati makan mie instan  **Data 2.** Membangunkan sahur | | | |
| ***Connotative Signified* (Petanda**  **Konotatif)** | | ***Connotative Signifier* (Penanda**  **Konotatif)** | |
| **Data 1.** Makan mie instan saat sahur terasa begitu nikmat dibandingkan saat haribiasa  **Data 2.** Membangunkan masyarakat untuk sahur terasa lebih asik dibandingkan membangunkan untuk hal lain | | **Data 1.** Sahur dengan makanan sederhana lebih hemat sedangkan makanan mewah tidak  **Data 2.** Membangunkan sahur dianggap bagian dari ibadah bulan ramadhan | |
| ***Connotative Sign* (Tanda Konotatif)** | | | |
| **Data 1.** Makan sahur yang layak menjadi impian setiap orang, sedangkan tidak diimpikan makan sahur seadanya  **Data 2.** Membangunkan sahur memiliki kenangan yang sulit dilupakan | | | |

**MAKNA**

Dari kedua data tersebut, penulis dapat menarik beberapa simpulan mengenai makna yang menggambarkan Syukur menikmati makan sahur. Pada data 1, pembuat meme lebih menekankan kepada rasa syukur yang tertanam meski sahur dengan mie instan. Dari meme tersebut penulis menyimpulkan bahwa ada unsur sarkasme yang muncul untuk tidak lupa tetap bersyukur, dengan menganalisis tanda-tanda yang terdapat pada meme tersebut dengan analisis semiotik Barthes, penulis menyimpulkan beberapa poin berdasarkan tabel analisis di atas. Pada data 1, makna denotasi yang terkandung pada meme tersebut yaitu kesederhanaan menikmati makan sahur yang ditunjukkan oleh rasa syukur yang dicerminkan pada expresi mimik wajah. Kedua makan sahur tersebut memiliki kemiripan, namun kesederhanaan menjadi poin penting untuk bersyukur dibandingkan makan sahur mewah namun kurang bersykur. Dengan biaya yang murah, mie instan tetap menjadi makanan sahur sederhana yang patut disyukuri. Berdasarkan tulisan yang terdapat dalam meme tersebut, sangat jelas bahwa untuk tetap bersyukur meski sahur pertama dengan mie instan. Sementara itu, makna konotasi yang terdapat pada data 1 adalah makan sahur sederhana memberikan makna bahwa mie instan dapat digunakan untuk sahur. Meme tersebut memberikan anggapan bahwa sahur cukup dengan mie instan bisa dikatakan mewah ketika bersyukur. Walaupun dengan biaya murah dan sederhana, orang-orang akan tetap bersyukur meski dengan kesederhanaan.

Selanjutnya, meme pada data 2 yaitu membangunkan sahur kepada bapak dan ibu. Pada meme tersebut penulis mencermati terdapat ajakan yang jelas yang dibuat oleh pembuat meme terhadap masyarakat untuk melaksanakan sahur. Pada data 2 makna denotasinya ialah kentongan galon pada memetersebut merupakan alat yang digunakan untuk membangunkan sahur. kentongan tersebut dianggap lebih efektif untuk digunakan sebagai alat membangunkan masyarakat untuk melaksanakan sahur. Makna denotatif tersebut sangat berkaitan dengan makna konotatif yang muncul. Makna konotatifnya adalah sahur dianggap hal yang tidak penting, sehingga orang-orang yang menjalankan puasa harus sealu dibangunkan untuk sahur. Makna konotatif yang muncul tersebut tidak terlepas dari ajakan kepada masyarakat yang terkadang tidak bangun saat sahur, sehingga saa waktu sahur tiba perlu dibangunkan, untuk melaksaankan sahur meski dengan alat kentongan sederhana.

**MITOS**

Berdasarkan kedua data yang telah dianalisis, terdapat banyak tanda yang menggambarkan ajakan untuk melaksanakan sahur yang direpresentasikan ke dalam sebuah gambar meme. Penggunaan tanda-tanda tersebut bertujuan untuk memberikan pesan dan menggambarkan bahwa sahur merupakan hal yang penting yang dirangkum dalam sebuah gambar meme. Walaupun data yang dianalisis tidak menyeluruh, sehingga tidak menyimpulkan dengan sangat rinci mengenai melaksanakan sahur. Namun berdasarkan kedua meme tersebut dapat memberikan gambaran bahwa sahur merupakan hal yang kemudian memunculkan nilai dan anggapan terhadap amalan sunnah dalam bulan ramadhan. Semua nilai yang merepresentasikan amalan melaksanakan sahur tersebut kemudian memunculkan mitos, mitos tersebut tidak terlepas dari makna denotatif dan konotatif yang muncul dari meme yang telah dianalisis oleh penulis. Penulis menyimpukan beberapa mitos yang dapat memberikan gambaran amalan melaksanakan sahur dalam kedua meme tersebut. Mitos amalan melaksanakan sahur yang direpresentasikan dalam meme yang dianalisis penulis di atas antara lain:

1. makan sahur dengan mie instan merpakan kesederhanaan yang dapat menimbulkan penyakit, hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah tidak baiknya makan mie secara terus menerus.
2. makan sahur dianggap hal yang biasa saja, bahkan walaupun memiliki nilai sunnah yang mirip dengan sunnah lainnya yang terdapat dibulan ramadhan.
3. makan mie instan dianggap makan yang dapat digunakan sahur dan menyehatkan , karena mie instan sendiri yang sering terjadi membuat sakit orang-orang yang mengonsumsinya jika secara berlebihan.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang dianalisis, penggunaan meme sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan cukup efektif digunakan. Terbukti dalam meme yang bertema tentang ajakan makan saat sahur menunjukkan bahwa pembuat meme lebih memunculkan ajakan atau makna mengajak terhadap masyarakat untuk sahur. Makna ajakan yang muncul tidak semata-mata karena unsur ketidaksengajaan, namun terdapat proses kognisi pembuat meme yang dituangkan dalam karyanya. Dari kedua meme yang dianalisis, makan sat sahur digambarkan sebagai suatu kesunahan, penuh dengan nilai ibadah. Dalam hal ini, membutuhkan waktu yang tidak sebentar untuk sekedar mengajak makan saat sahur. Bahkan dari fakta-fakta tersebut, kemudian pembuat meme menggambarkan makan sat sahur yang perlu dilaksanakan meski dengan mie instan, sehingga butuh kentongan sebagai alat untuk membangunkan sahu. Selanjutnya, pada salah satu data yang dianalisis, melaksanakan sahur dengan mie instan juga digambarkan sebagai hal yang tidak direkomendasikan untuk dimakan terus menerus, walaupun memiliki nilai yang mirip dengan makanan sahur lainnya.. Hal-hal tersebut yang bisa diungkap dari data yang dianalisis menggunakan kajian semiotik Barthes, yaitu berkaitan dengan makna denotatif dan konotatif. Barthes lebih menekankan kepada tingkatan kedua yaitu makna konotatif. Makna konotatf atau konotasi bagi Barthes justru mendenotasikan sesuatu hal yang ia nyatakan sebagai mitos, dan mitos ini mempunyai konotasi terhadap ideologi tertentu.

**DAFTAR PUSTAKA**

Dewi, Rahmi Surya. (2019). ‘Meme Sebagai Sebuah Pesan dan Bentuk Hiperrelitas di Media Sosial.

Farhani, Nisa Syafa. (2022). Pesan Dakwah Melalui “Meme” dalam Group Dakwah Islam Indonesia, Hal 3

Handayani rifqi 2019. Wajah Kota Bekasi Pada Meme Dalam Media Sosial Facebook: Kajian Semiotika Barthes

Ratnasari Fitriawan 2019. Perempuan Sebagai Objek Seksual (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Meme Vanessa Angel di Instagram)

Fitriana Oemar 2020. Analisis Meme “Kok Bisa Ya” Di Media Sosial Menggunakan Semiotika Roland Barthes

1. Menurut Moleong (2002:2) [↑](#footnote-ref-1)
2. dijelaskan dalam Fiske (2004: 117), [↑](#footnote-ref-2)
3. Sobur, (2006: 123). [↑](#footnote-ref-3)
4. Budiman, 2001:28 dalam Sobur, (2006:71). [↑](#footnote-ref-4)