

## ANALISIS VIRALITAS MEME WILL SMITH DAN CHRIS ROCK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DRAMA TELYU

Kahfi Dimas Mahendra<sup>1</sup>, Moh Faidol Juddi<sup>2</sup>

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

kahfidimasmahendra@student.telkomuniversity.ac.id

---

### Abstract

*Internet meme is a phenomenon that occurs in people's social life that develops due to adapting to the development of internet technology. An internet meme has a high diffusion power due to the virality aspect contained in a meme. The purpose of this study was to determine the virality aspect of Will Smith and Chris Rock memes through uploads on Instagram Drama Telyu which were presented in a descriptive narrative. This research will use qualitative research methods that will refer to Malcolm Gladwell's theories regarding the Tipping Point or a phenomenon that occurs quickly and has a fairly wide spread and there are three main factors, namely The Law of Few, The Stickiness Factor, and The Power of Context. The results showed that virality was caused by a Telkom University student who produced a meme with his own idea and then shared it through social media Instagram Drama Telyu by using Will Smith's violence in the picture as a message firmness by taking advantage of the context of the conditions that became his anxiety as a Telkom University student. The conclusion of this study is that the virality factor of Will Smith and Chris Rock's memes on Instagram Drama Telyu revealed that a Telkom University student formed a meme of his own creation and was in line with The Tipping Point which explains that a phenomenon can have a large impact and high diffusion.*

**Keywords:** Memes, content analysis, virality, instagram.

---

### Abstrak

Internet meme merupakan sebuah fenomena yang terjadi pada kehidupan sosial masyarakat yang berkembang karena beradaptasi dengan perkembangan teknologi internet. Sebuah internet meme memiliki daya difusi tinggi yang disebabkan oleh aspek viralitas yang terdapat dalam sebuah meme. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek viralitas pada meme Will Smith dan Chris Rock melalui unggahan di Instagram Drama Telyu yang dipaparkan secara narasi deskriptif. Penelitian akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang akan mengacu para teori Malcolm Gladwell terkait tentang *Tipping Point* atau sebuah fenomena yang terjadi secara cepat dan penyebaran yang cukup luas dan terdapat tiga faktor utama yakni *The Law of Few*, *The Stickiness Factor*, dan *The Power of Context*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa viralitas disebabkan oleh seorang mahasiswa Telkom University yang memproduksi sebuah meme dengan idenya tersendiri lalu dibagikan melalui media sosial Instagram Drama Telyu dengan memanfaatkan kekerasan Will Smith dalam gambar sebagai ketegasan pesan dengan memanfaatkan konteks kondisi yang menjadi keresahannya sebagai mahasiswa Telkom University. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa faktor viralitas meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu mengungkapkan seorang mahasiswa Telkom University yang membentuk sebuah meme kreasinya sendiri dan selaras dengan teori *The Tipping Point* Malcolm Gladwell yang menjelaskan sebuah fenomena dapat memiliki dampak yang besar dan difusi yang tinggi.

**Kata Kunci :** Meme, analisis isi, viralitas, instagram.

### Pendahuluan

Meme merupakan sebuah istilah yang merujuk pada sebuah fenomena yang terjadi pada kehidupan sosial sebagai akibat dari adanya budaya baru yang terbentuk terkait partisipasi seseorang untuk ikut andil menyebarkan sebuah pesan atau informasi tertentu kepada orang lain yang belum pernah “terinfeksi” sebelumnya. Hal tersebut diperkenalkan awal mula oleh seorang tokoh terkenal melalui karya buku *The Selfish Gene* bernama Ricahrd Dawkins

tentang sebuah fenomena yang hampir sama dengan sebuah virus yang bisa menular (Dawkins, 2006).

Fenomena ini rupanya terus terjadi hingga sekarang karena beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang menghasilkan sebuah fenomena meme dapat memiliki daya penyebarannya yang lebih luas dan tinggi yang dikenal dengan Internet Meme (Juditha, 2015). Internet meme memperbaharui teori awal meme Richard Dawkins dengan menyatakan bahwa teknologi

menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya paparan sebuah meme.

Sebuah buku dengan judul “*Memes In Digital Culture*” karangan Limor Shifman memaparkan bahwa perkembangan meme saat ini membentuk sebuah kebudayaan baru yang dihasilkan dari perkembangan teknologi terutama internet sebagai salah satu faktor utamanya yang disebut dengan budaya digital (Shifman, 2014b).

Terlebih munculnya media sosial yang akan menjadi media perantara dalam berkomunikasi satu sama lain dan sarana pendukung untuk penyebaran meme (Saefullah, 2020). Media sosial sendiri memiliki berbagai macam jenis dan jumlah pengguna yang banyak untuk contohnya adalah Instagram. Instagram sendiri merupakan salah satu media sosial yang populer dan kerang digunakan oleh banyak masyarakat Indonesia (Nugraha et al. , 2020).

Pada tahun 2019 saja jumlah pengguna media sosial Instagram mencapai 61.610.000 pengguna dan akan bertambah seiring perkembangan waktu (Pertwi, 2019). Salah satu media sosial instagram yang akan dijadikan sumber penelitian adalah media sosial instagram Drama Telyu mengingat akun instagram ini menjadi tempat bagi mahasiswa Telkom University untuk mengekspresikan sebuah pesan tertentu dengan kreativitas yang diproduksi oleh mereka sejak tahun 2017 dan didominasi dengan bentuk sebuah meme sehingga peneliti tertarik untuk memilih akun instagram ini selain itu jumlah pengikutnya juga yang hampir mencapai 40 ribu dan total unggahan sebanyak 1.500 postingan.

Limor Shifman menemukan bahwa dalam sebuah meme yang dibagikan terdapat sebuah konsep tertentu yang membuat penyebaran sebuah meme menjadi aktif dan dilakukan oleh orang yang terpapar dengan peningkatan intensitas penyebaran yang tinggi yang secara sederhana disebut dengan “viral” (Shifman, 2014a)

Viralitas sendiri adalah sebuah fenomena yang unik untuk dikaji karena bukan merupakan hal yang biasa dan terdapat faktor-faktor tertentu yang menjadi indikasi sebuah meme apakah dikatakan viral atau tidak dan penting untuk diingat jika saat ini meme menjadi sebuah komunikasi alternatif untuk merepresentasikan sebuah pesan tertentu dan hal ini akan menjadi

efektif jika terdapat faktor viralitas dalam sebuah meme untuk menjadi efektif (Nawawi et al., 2020).

Salah satu meme yang menarik untuk dibahas saat ini adalah meme tentang Will Smith yang merupakan seorang aktor pemain film Hollywood ternama yang menampar Chris Rock seorang komika ternama asal Amerika Serikat ketika dia sedang menjadi pembawa acara dalam ajang penghargaan Piala Oscar disaat siaran televisi langsung sebagai bentuk reaksi emosional akibat lelucon yang menghina istrinya Jada Smith (Lesmana, 2022). Sehingga banyak sekali meme yang terbentuk dengan maksud mengimitasi atau mereplika kegiatan tersebut menjadi sebuah bentuk pesan sesuai dengan tujuan pembuat pesan.



**Gambar 1**  
**Insiden Will Smith dan Chris Rock**  
**(Lesmana 2022)**

Rencana penelitian akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang akan mengacu para teori Malcolm Gladwell terkait tentang *Tipping Point* atau sebuah fenomena yang terjadi secara cepat dan penyebaran yang cukup luas yang terdapat tiga faktor utama yakni *The Law of Few*, *The Stickiness Factor*, dan *The Power of Context* (Gladwell, 2002) lalu analisis data menggunakan metode analisis konten kualitatif.

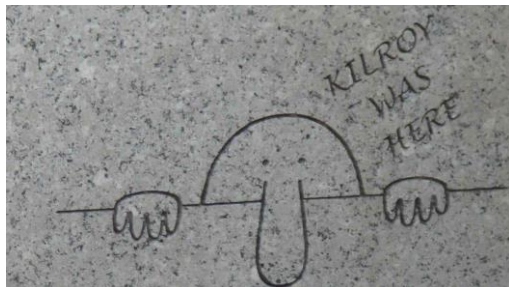
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek viralitas pada meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu yang dipaparkan secara narasi deskriptif berdasarkan kajian teori *Tipping Point* Malcolm Gladwell. Peneliti akan menggunakan beberapa literatur pendukung dalam penelitian ini seperti teori awal tentang meme Richard Dawkins melalui bukunya yang berjudul *The Selfish Gene* sebagai rujukan utama lalu akan dilengkapi dengan teori internet meme sebagai sebuah bentuk dari budaya digital

dan konsep viralitas yang dikemukakan oleh Limor Shifman dengan bukunya *Memes In Digital Culture*.

Teori yang digunakan untuk menganalisis meme yaitu teori *Tipping Point* yang dikemukakan oleh Malcom Gladwell dalam bukunya *The Tipping Point : How Little Things Can Make a Big Difference*. Serta beberapa jurnal yang juga mengkaji tentang fenomena meme sebagai literatur tambahan untuk membantu proses analisis penelitian.

## Tinjauan Pustaka

Fenomena tentang meme merupakan sebuah fenomena yang sudah ada sejak perang dunia kedua terjadi ketika seorang prajurit Amerika bernama James J. Kilroy membuat sebuah gambar yang unik yakni seorang pria yang memiliki hidung besar dan sebuah pesan yang bertuliskan “Kilroy pernah disini” di kapal Massachusetts. Tetapi gambar tersebut dimaknai bukan sebuah coretan biasa melainkan sebuah pesan tentang eksistensi Kilroy yang telah mengerjakan tugasnya sehingga meme tersebut tidak hanya muncul tapi juga menyebar dengan banyak orang yang menirunya (Shifman, 2014b).



**Gambar 2**  
**Meme “Kilroy was here”**  
**(National Park Service, 2021)**

Richard Dawkins menjelaskan bahwa fenomena tersebut dianalogikan sebagai sebuah virus yang dapat menyebar dengan cepat dan luas. Dalam bukunya *The Selfish Gene* Dawkins mengatakan kalau meme memiliki daya infeksi yang membuat seseorang yang terpapar akan membagikan atau memproduksi ulang sehingga sebuah meme terdapat turunannya (Dawkins, 2006).

Seiring dengan perkembangan waktu kemajuan teknologi menjadi sebuah faktor yang mendominasi terhadap transformasi pesan dan komunikasi dengan munculnya inovasi baru

dalam kehidupan sosial terutama dalam hal interaksi. Inovasi ini adalah media sosial yang menjembatani interaksi melalui fungsi-fungsi yang diberikan untuk mempermudah komunikasi dua arah tanpa terbatasnya ruang dan waktu (Saefullah, 2020).

Jenis media sosial yang mempunyai banyak pengguna di Indonesia terutama adalah instagram. Media sosial ini memiliki berbagai macam fungsi yang memudahkan seseorang untuk berkomunikasi satu sama lain. Karena tidak hanya mengirim pesan berupa pesan tulisan saja bahkan juga bisa berupa pesan dengan bentuk audio visual. Hal inilah yang akan menjadi alasan tentang penyebaran fenomena meme yang semakin pesat dengan salah satu caranya dengan memanfaatkan instagram sebagai media penyebarannya. Seperti dalam kasus fenomena Meme Will Smith dan Chris Rock ini yang menyebar melalui media sosial yang memiliki jumlah pengguna terbanyak yakni instagram atau lebih tepatnya di instagram Drama Telyu.

Dalam jurnal (Sudrajat et al., 2020) menjelaskan bahwa penyebaran fenomena meme yang tinggi tidak dapat dilepaskan dari pengguna media sosial yang secara intens kerap membagikan sebuah meme terutama melalui instagram. Teknologi tidak hanya memberikan kemudahan dalam menyebarkan sebuah meme tapi juga memudahkan dalam membuat sebuah meme menggunakan aplikasi penyunting gambar dan video yang dimana istilah ini dikenal dengan internet meme (Shifman, 2014b). Seperti fenomena Meme Will Smith dan Chris Rock yang merupakan hasil penyuntingan gambar asli dengan menambahkan beberapa tanda untuk bisa mengirim pesan dan dimaknai oleh orang yang menerima pesan tersebut.

Internet meme menjadi sebuah bentuk budaya baru yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi terutama internet yang disebut dengan budaya digital sehingga fenomena meme sekarang ini memiliki karakteristik yang muncul karena perpaduan antara internet sebagai teknologi mutakhir dan meme sebagai budaya yang terus menerus ada di masyarakat (Sakti et al., 2018). Sebuah internet meme juga menjelaskan bahwa selain karakteristik dimensi memetika terdapat juga karakteristik viralitas dalam sebuah meme karena alasan sebuah meme memiliki daya

penyebaran yang luas tidak hanya dari dukungan teknologi saja

Viralitas merupakan alasan sebuah meme dapat memiliki daya “infeksi” yang kuat karena viralitas menurut Jeff Hems dan Robert Mason dalam buku *Memes In Digital Culture* mengatakan “proses difusi kaskade dari mulut ke mulut di mana pesan secara aktif diteruskan dari satu orang ke orang lain, di dalam dan di antara beberapa jaringan pribadi yang terhubung secara lemah, menghasilkan peningkatan pesat dalam jumlah orang yang terpapar. pada pesannya.” sehingga sering kali ditemukan beberapa kasus yang menyangkut dengan viralitas ini seperti adanya “video viral” lalu “foto viral” yang dapat diidentifikasi dengan faktor viralitas yang tinggi. (Shifman, 2014b). Dalam fenomena meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu ini pastinya memiliki aspek viralitas yang ingin peneliti ketahui secara jelasnya

Maka keterkaitan konsep dengan beberapa literasi yang peneliti gunakan adalah bahwa fenomena meme Will Smith dan Chris Rock merupakan bentuk budaya digital yang berkembang di tengah masyarakat internet sebagai bentuk pemanfaatan alternatif dalam merepresentasikan sebuah bentuk komunikasi dan penyampaian pesan.

**Siswa : Bu libur nya kok cuma sebentar doang**

**Bu Guru : Kan udah dikasih libur setahun wkwk**

**Siswa :**



**Gambar 3**

**Meme Masterchef Indonesia (Anggara, 2020)**

Shifman lalu menegaskan bahwa campur tangan teknologi akan semakin meningkatkan daya difusi sebuah meme dengan ditemukannya banyak sekali replikasi yang terjadi dan salah satunya ada di Instagram Drama Telyu yang akan diteliti (Shifman, 2013). Ia juga mengungkapkan bahwa

percepatan penyebaran akan semakin cepat jika ada unsur yang disebut viralitas terdapat dalam meme tersebut dan fenomena meme Will Smith dan Chris Rock ini akan dipaparkan menggunakan teori dijelaskan dalam buku *The Tipping Point : How Little Things Can Make a Big Difference* Malcolm Gladwell dalam teorinya *Tipping Point*.

Teori tersebut menjelaskan tentang sebuah fenomena yang berlangsung secara tiba-tiba dan tidak diduga karena ada terdapat tiga faktor utama yang menyebabkan sebuah viralitas. Adapun faktor tersebut diantaranya adalah *The Law Of Few*, *The Stickiness Factor*, dan *The Power Of Context* (Gladwell, 2002). Setiap faktor inilah yang akan mengkaji sisi viralitas dari meme Will Smith dan Chris Rock ini mulai dari *The Law Of Few* yang menjelaskan tentang fenomena sosial yang terjadi tidak dapat terlepas dari tiga peranan penting dalam membuat sebuah fenomena sosial menjadi viral yaitu *Connector*, *Maven*, dan *Salesperson*.

Karena sebuah meme yang memiliki replikasi yang tinggi seperti meme Will Smith dan Chris Rock pasti terdapat orang yang memunculkan dan menginspirasi sebuah konten dan membuatnya menjadi sebuah fenomena meme yang hadir dimasyarakat dengan menyebarkannya melalui lintas komunitas dan pasti ini terjadi dalam munculnya meme Will Smith dan Chris Rock ini.

Tetapi sebuah meme pasti memiliki sumber penyebarannya yang membuat mudah untuk “menginfeksi” seseorang dan dalam kasus ini Instagram Drama Telyu yang menjadi sumber karena disini meme ini muncul karena dalam teori ini menjelaskan bahwa pasti terdapat komunitas yang menyebarkan konten tersebut dan peranan ini yang menyebabkan sebuah fenomena menjadi terdifusi (Khasanah & Mansoor, 2020).

Faktor eksternal mulai dari orang yang membuat meme hingga dimana tempat penyebarannya menjadi awal dari kajian teori ini yang dimana tentu jika ada eksternal pasti ada faktor internal juga yang menjelaskan bahwa memiliki sebuah makna yang mendalam dan memiliki ketegasan yang jelas maka konten tersebut akan selalu teringat dan mendapatkan atensi yang lebih yang dalam teori ini disebut dengan *The Stickiness Factor*. Seorang peneliti sosial psikologi bernama Howard Levanthal dalam buku *The Tipping Point : How Little Things Can Make a Big*

*Difference* pernah melakukan eksperimen di Universitas Yale Amerika Serikat tentang kampanye bahaya penyakit tetanus dan hasil meunjukkan bahwa kebanyakan siswa di Universitas Yale lebih memahami edukasi tentang penyakit tetanus dengan menggunakan bahasa dramatis dan poster yang menakutkan (Gladwell, 2002).

Tidak jauh berbeda dengan fenomena meme Will Smith dan Chris Rock ini pasti akan ada unsur yang menjadi sebuah pesan akan menuai atensi yang lebih dan diingat oleh orang yang melihat atau menerima pesan tersebut. Selain itu tanda untuk merepresentasikan sebuah pesan pun berbentuk visual sehingga akan dengan mudahnya diidentifikasi oleh pancaindra. Pesan yang dibangun pun untuk membuat sebuah meme menjadi viral harus memanfaatkan kondisi dan situasi yang menjadi konteks dalam konten tersebut untuk menghasilkan sebuah fenomena yang terbentuk mengakar kuat dimasyarakat dan faktor inilah yang disebut dengan *The Power Of Context*.

Malcolm Gladwell menjelaskan sebuah contoh dari *Power Of Context* dalam bukunya pada tahun 1980 Kota New York mengalami tingkat kriminalitas yang tinggi dengan dua ribu kasus pembunuhan pertahun. Malcolm menemukan bahwa kriminalitas menjadi tinggi sehingga menjadi sebuah fenomena karena didominasi konteks yang kuat dari lingkungan sosial membuat kriminalitas menjadi fenomena yang mengakar kuat dimasyarakat dan sedikit dari pengaruh psikologi dan karakter seseorang. Fenomena meme Will Smith dan Chris Rock di instagram Drama Telyu pasti mempunyai konteks yang kuat ditengah masyarakat Telkom University yang pastinya mayoritas adalah mahasiswa yang pastinya sudah akrab dengan konsep pesan meme yang dibangun. Oleh karenanya konteks yang dibawakan dalam meme Will Smith dan Chris Rock ini seperti apa dan tingkat pengaruhnya bagaimana.

## Metode Penelitian

Kegiatan penelitian akan dilakukan dengan metode penelitian kualitatif yang mengarah kepada ekplorasi mendalam terhadap sebuah penelitian menggunakan data-data kualitatif berbentuk narasi yang diperoleh melalui sebuah proses analisis dan interpretasi sebuah teks (Sugiyono, 2020). Sehingga peneliti dapat memaparkan konsep viralitas dengan menganalisis meme Will Smith dan Chris Rock di akun instagram Drama Telyu dalam bentuk data-data narasi yang menjelaskan secara rinci dengan menggunakan teori *The Tipping Point* yang dikemukakan oleh Malcolm Gladwell.

Selanjutnya peneliti akan menggunakan paradigma konstruktivisme yang merupakan sebuah paradigma yang melihat sebuah realitas sosial sebagai sebuah kebenaran yang relatif sehingga peneliti akan melakukan pertukaran informasi dengan objek yang diteliti maka dalam penelitian ini akan mendapatkan sebuah pengetahuan baru dari meme yang terdapat di Instagram Drama Telyu terkait konsep viralitasnya (Sudrajat et al., 2020).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan teknik dokumentasi yakni dengan mengumpulkan tulisan-tulisan, gambar, dan catatan karena dengan itu akan menghasilkan penelitian yang kredibel dan terpercaya (Sugiyono, 2020). Adapun untuk dokumentasi yang akan peneliti kumpulkan adalah meme Will Smith dan Chris Rock yang dipublikasikan di Instagram Drama Telyu sebagai bentuk viralitas dari sebuah fenomena yang terjadi saat berlangsungnya acara penghargaan Piala Oscar. Unit analisis yang akan digunakan adalah analisis konten kualitatif merupakan sebuah metode penelitian kualitatif yang dalam kajian Ilmu Komunikasi metode ini melakukan pendekatan dengan melihat isi dan konten suatu pesan sehingga pesan dapat ditafsirkan maksud dan tujuannya (Asri, 2020) berdasarkan teori *The Tipping Point* Malcolm Gladwell sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Unit Analisis**

<i>The Law Of Few</i>	Fenomena sosial yang terjadi tidak dapat terlepas dari tiga peranan penting dalam membuat sebuah fenomena sosial menjadi viral yaitu <i>Connector</i> , <i>Maven</i> , dan <i>Salesperson</i>
<i>The Stickiness Factor</i>	Makna yang mendalam dan memiliki ketegasan yang jelas maka konten tersebut akan selalu teringat dan mendapatkan atensi yang lebih.
<i>The Power Of Context</i>	Pemanfaatan kondisi dan situasi yang menjadi konteks dalam konten tersebut.

**Hasil Pembahasan**

Selanjutnya peneliti akan membahas temuan penelitian pada bab ini dengan mengambil data berupa meme Will Smith dan Chris Rock di akun instagram Drama Telyu yang diunggah dalam bentuk feeds pada tanggal 28 Maret 2022 sebanyak satu buah meme dengan unit analisis menggunakan teori *The Tipping Point* Malcolm Gladwell yang tentang sebuah fenomena yang memiliki dampak yang besar dapat terjadi secara tiba-tiba lalu menghasilkan sebuah uraian yang menjelaskan alasan aspek viralitas pada meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu .



**Gambar 4**  
**Meme Will Smith dan Chris Rock (Sumber : Drama Telyu, 2022)**

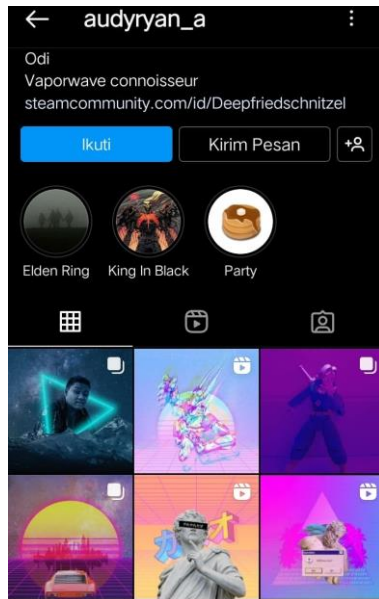
Peneliti akan memaparkan hasil penelitian menggunakan faktor-faktor viralitas pada teori *The Tipping Point* Malcolm Gladwell untuk mengetahui aspek viralitas pada meme Will Smith dan Chris Rock yang diunggah melalui Instagram Drama Telyu sebagai berikut :

a. *The Law Of Few*

Dalam fenomena meme Will Smith dan Chris Rock diatas dapat ditemukan terkait tiga komponen yang membentuk *Law Of Few* meme tersebut dimulai dari *Connector* yang berperan dalam membuat dan memperkenalkan sebuah konten tersebut dan *Maven* sebagai orang yang memberikan inspirasi terhadap konten yang dihasilkan dan pada fenomena meme Will Smith dan Chris Rock ini memiliki keunikan. Hasil menunjukkan bahwa orang yang berperan sebagai *Connector* dan *Maven* adalah orang yang sama yakni adalah seseorang dengan akun instagram @audyryan\_a bernama Audy Ryan Alvaro yang merupakan mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Telkom University.

Audy merupakan orang yang ahli dalam bidang pembuatan konten visual yang menarik karena peneliti melakukan observasi sederhana terkait kredensial Audy di instagramnya selain itu di juga orang yang mempunyai inspirasi untuk membuat konten meme tersebut. Dalam meme yang dibuatnya memiliki konteks yang mengandung ciri khas dari mahasiswa Telkom University berupa salah satu sistem manajemen pembelajaran terintegrasi berbasis daring yakni Celoe Telkom University yang pastinya selalu digunakan dalam kegiatan pembelajaran di Telkom University.

Kemudian yang menjadi *Salesperson* adalah Instagram Drama Telyu karena merupakan tempat untuk konten-konten meme hasil kreativitas mahasiswa Telkom University sebagai sarana memproduksi sebuah pesan sebagai representasi dari sebuah ekspresi yang menjadi keresahan dengan pemanfaatan media digital untuk penyebarannya. Dengan demikian terkait unit analisis yang pertama yakni *The Law Of Few* meme Will Smith dan Chris Rock terdapat keterlibatan pihak eksternal yang mempengaruhi tentang viralitas fenomena meme tersebut.



**Gambar 5**  
**Instagram Audy Ryan Alvaro**  
**(Sumber : Instagram @audyryan\_a)**

b. *The Stickiness Of Factor*

Pada bagian ini ditemukan bahwa dalam unggahan meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu memiliki sebuah makna pesan yang tegas terhadap pesan yang disampaikan berupa gambar insiden Will Smith dan Chris Rock yang disunting menggunakan aplikasi penyunting gambar. Terkait gambar yang digunakan adalah logo Celoe yang merupakan sistem manajemen pembelajaran yang terintegrasi secara daring dan satunya lagi menggunakan gambar sebuah notifikasi dari sistem manajemen pembelajaran tersebut jika seorang mahasiswa terlambat dalam mengumpulkan sebuah tugas yang melewati batas tenggat waktu.

Hal yang membuat pesan tersebut mempunyai faktor *The Stickiness Of Factor* adalah karena kejadian “menampar” yang dilakukan Will Smith menjadi representasi sebuah ketegasan pesan yang dalam sebuah gambar tersebut karena pastinya bersamaan dengan aktivitas yang “tegas” akan ada sebuah pesan yang “tegas” pula yang membuat pesan tersebut akan terus tersimpan kedalam memori orang yang melihat meme tersebut.

c. *The Power Of Context*

Konteks menjadi faktor terakhir dalam membentuk sebuah konsep viralitas dalam sebuah meme karena merupakan sebuah sinkronisasi antara *The Law Of Few* dan *The Stickiness Factor* dari

sebuah meme yang membutuhkan sebuah konteks untuk bisa membuat sebuah konten lalu membuatnya memiliki daya difusi yang tinggi sehingga konteks sangat penting sebagai penyempurna sebuah konten terutama meme. Adapun hasil temuan menunjukkan bahwa konteks yang menjadi makna pesan dalam meme tersebut adalah sebuah bentuk situasi ketika seorang mahasiswa Telkom University yang terlambat dalam mengumpulkan tugas melalui sistem manajemen pendidikan terintegrasi secara daring akan menerima sebuah “sanksi” yang keras.

Temuan ini dikaitkan dengan meme Will Smith dan Chris Rock dengan penggambaran kejadian “penamparan” adalah analogi yang cocok untuk memaknai sebuah sanksi yang keras bagi yang terlambat dalam mengumpulkan sebuah tugas. Oleh karenanya konteks yang dibangun memanfaatkan situasi pembuat meme yang berdasarkan kejadian yang dirasakan olehnya.

Dengan demikian peneliti menemukan bahwa sebuah faktor viralitas meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu berasal dari seorang mahasiswa Telkom University yang memproduksi sebuah meme dengan idenya sendiri lalu dibagikan melalui media sosial Instagram Drama Telyu dengan memanfaatkan kekerasan Will Smith dalam gambar sebagai ketegasan pesan. Tentu saja dengan memanfaatkan konteks kondisi yang menjadi keresahannya sebagai mahasiswa Telkom University.

Berdasarkan kajian literatur yang digunakan oleh peneliti maka hal ini sesuai dengan yang disebutkan oleh Richard Dawkins dalam bukunya *The Selfish gene* yang mengungkapkan bahwa sebuah meme memiliki “infeksi” yang dapat dirasakan oleh orang yang melihat meme tersebut dan menularkannya kepada orang lain yang belum terpapar dan contohnya adalah Audy ini. Pernyataan tersebut kembali diperbaharui oleh Limor Shifman dalam bukunya *Memes In Digital Culture* menyatakan bahwa perubahan fenomena meme yang terjadi bertransformasi melewati ruang dan waktu sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan sebuah teknologi terutama internet dan membuat hal ini memiliki daya penyebaran yang kuat karena setiap orang dapat dengan mudah menjumpai sebuah fenomena meme seperti ketika Audy terinspirasi dan memutuskan

untuk membuat meme Will Smith dan Chris Rock yang sudah banyak replikasinya.

Shifman menyatakan bahwa hal ini menyebabkan sebuah munculnya budaya baru yang disebut dengan budaya digital. Selain itu salah satu karakteristik internet meme adalah daya difusinya yang sangat tinggi karena perkembangan teknologi menyebabkan seseorang mudah untuk memproduksi sebuah meme menggunakan aplikasi penyunting gambar dan video serta membagikannya menggunakan media sosial. Literatur yang menjadi rujukan penelitian ini menyatakan bahwa media sosial menjadi sarana yang banyak digunakan untuk membagikan sebuah meme. salah satunya adalah yang peneliti jadikan objek dalam penelitian ini yaitu meme Will Smith dan Chris Rock yang dimana sebagai sebuah fenomena meme yang ternyata adanya aspek viralitas yang membuat meme ini memiliki daya difusi yang tinggi.

Menggunakan teori *The Tipping Point* Malcolm Gladwell mengidentifikasi faktor viralitas meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu dengan tiga faktor utama yakni *The Law of Few*, *The Stickiness Factor*, dan *The Power of Context* yang menjelaskan bahwa sebuah fenomena dapat memiliki dampak yang besar dan terjadi begitu saja. Peneliti juga menemukan bahwa dalam teori Malcolm menitikberatkan sebuah fenomena yang terjadi berdasarkan tiga kunci utama yakni penyebaran, terjadi secara mendadak, dan dampak yang terjadi secara langsung memiliki hubungan dengan temuan peneliti. karena penyebaran meme Will Smith dan Chris Rock memiliki difusi yang tinggi dan itu akibat insiden yang tiba-tiba saja terjadi begitu saja di ajang Piala Oscar yang tentu saja memiliki dampak yang salah satunya seperti hasil penelitian yang peneliti temukan. Oleh karena itu dengan penelitian ini menempatkan hasil untuk mengembangkan literatur terdahulu yang berfokus pada viralitas fenomena meme yang terjadi.

## Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa faktor viralitas meme Will Smith dan Chris Rock di Instagram Drama Telyu mengungkapkan seorang mahasiswa Telkom University yang membentuk sebuah meme kreasinya sendiri dengan konteks terkait keresahannya sebagai mahasiswa lalu disebarkan

melalui Instagram Drama Telyu. hal ini selaras dengan teori *The Tipping Point* Malcolm Gladwell yang menjelaskan sebuah fenomena dapat memiliki dampak yang besar dan difusi yang tinggi yang disebabkan oleh ketiga faktor yang menyebabkan sebuah viralitas meme yaitu *The Law of Few*, *The Stickiness Factor*, dan *The Power of Context*.

Saran untuk penelitian kedepannya untuk mengkaji tentang jenis-jenis meme yang dibuat dalam sebuah kategorisasi meme dengan menekankan pada metode analisis ini berdasarkan sebuah humor karena hal tersebut sangat melekat dalam sebuah meme sehingga terkait penelitian selanjutnya menggunakan teori anatomi humor Arthur Asa Berger yang membuat empat kategori humor untuk dijadikan teori penelitian terkait kategorisasi meme berdasarkan anatomi sebuah humor.

## Daftar Pustaka

- Aditya Nugraha, Ratih Hasanah Sudrajat, B. P. S. P. (2020). Fenomena meme di media sosial: Studi etnografi virtual posting meme pada pengguna media sosial instagram. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(101), 500. <https://doi.org/https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Asri, R. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks : Analisis Isi Film. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 13. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36722/jaiss.v1i2.462>
- Dawkins, R. (2006). *The Selfish Gene* (30th ed.). Oxford University Press Inc.
- Gladwell, M. (2002). *The Tipping Point : How Little Things Can Make a Big Difference*. Oxford University Press Inc.
- Juditha, C. (2015). Meme di Media Sosial : Analisis Semiotik Meme Haji Lulung Meme in Social Media : Semiotic Analysis Of Hajj Lulung Memes. *Jurnal Pekommas*, 18(2), 105–116. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2015.1180204>
- Khasanah, A. N., & Mansoor, A. Z. (2020). Kajian Fenomena Viral Meme Internet Chuck Norris Pendahuluan Hiburan sudah menjadi kebutuhan bagi manusia sejak media hiburan visual. *Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual Seni Rupa Dan Media*, 1(1), 89–101.



- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.38010/dkv.v1i1.12> Kajian
- Lesmana, S. (2022). *Insiden Penamparan di Panggung Oscar, Will Smith Minta Maaf ke Chris Rock*. Beritasatu.Com.  
<https://www.beritasatu.com/hiburan/909191/insiden-penamparan-di-panggung-oscar-will-smith-minta-maaf-ke-chris-rock>
- Nawawi, E. A., Izzudin, M. F., Atiqah, N., & Zulkafli, M. (2020). *Identifying the Factors Affecting Internet Memes to Become Viral on Social Media*. 183–186.
- Pertiwi, W. K. (2019, December 23). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?* Kompas.Com.  
<https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Saefullah. (2020, November 30). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi Terhadap Karakter Anak*.  
<https://bdkjakarta.kemenag.go.id/berita/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak>
- Sakti, L., Rohmah, N., & Kusuma, R. S. (2018). Setyo Novanto Sebagai Meme Internet : Analisis Dimensi Mimetik di Youtube. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 10(2), 103–122.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i2.7884>
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World : Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication Memes*, 18, 362–377.  
<https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Shifman, L. (2014a). *journal of visual culture*. 13(3), 340–358.  
<https://doi.org/10.1177/1470412914546577>
- Shifman, L. (2014b). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.