

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pencarian informasi melalui konten media sosial, sudah menjadi bagian dari pola hidup masyarakat saat ini. Meta, perusahaan induk Instagram, Whatsapp, dan Facebook melaporkan bahwa setidaknya 140 miliar konten dan pesan dibagikan melalui platformnya setiap hari, di seluruh belahan dunia (Meta, 2022). Kemudahan pembuatan dan pembagian konten menjadi salah satu faktor pendorong pengguna media sosial untuk berinteraksi dan serta terus membagikan konten (Zulli & Zulli, 2022). Hal ini tidak luput dari bagaimana media sosial berkembang secara kompleks dan pesat, sehingga mengubah bagaimana sebuah informasi, dalam bentuk konten, disebarkan oleh sesama pengguna media sosial melalui ekosistem yang disebut sebagai *user generated content* (UGC) (Appel et al., 2020; Bahtar et al., 2020).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis UGC yang umum digunakan. Melalui Instagram, pemilik akun dapat mengunggah foto maupun video, serta para penggunanya dapat berinteraksi melalui fitur seperti *like*, meninggalkan tanggapannya melalui kolom komentar, dan membagikan konten antara satu pengguna dengan pengguna lainnya (Claesson & Tägt Ljungberg, 2018). Perkembangan fitur berbasis UGC merupakan roda penggerak yang memengaruhi laju pertukaran informasi yang terjadi di dalam media sosial

itu sendiri (Bahtar et al., 2020; Luca, 2015). Lebih lanjut, Hanteer *et al.* (2018) menyatakan bahwa interaksi yang terjadi melalui media sosial dapat mendorong terbentuknya sebuah komunitas daring, karena adanya kesamaan minat. Oleh karena itu, perkembangan informasi berbasis UGC, yang secara mudah dapat dibagikan melalui fitur media sosial, dapat mendorong terbentuknya sebuah komunitas secara daring yang membagikan makna dan minat yang sama.

Makna dan minat yang dibagikan melalui media sosial tidak luput dari kemampuan media sosial untuk membentuk opini di dalam masyarakat. Seorang pengguna media sosial dapat membentuk identitas baru, untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya, melalui UGC. Informasi yang terkandung dalam sebuah konten dan disebarakan melalui media sosial, dapat memengaruhi pembentukan opini pengguna lainnya yang menerima informasi tersebut (Neubaum & Krämer, 2017). Melalui pola ini, maka sebuah akun dalam media sosial mampu menjadi *opinion leader* dalam membentuk opini yang terjadi di tengah masyarakat (Abanoz, 2022).

Akun *opinion leader* ini pun banyak tersebar di Instagram dan dapat menarik jumlah pengikut yang besar. Akun ini dapat digunakan sebagai salah satu peningkatan kesadaran terhadap sebuah *brand* untuk berinteraksi dengan konsumennya (Claesson & Tägt Ljungberg, 2018), hingga akun untuk memberikan wadah pembicaraan dan penyampaian kritik terhadap isu politik dan ekonomi yang sedang terjadi (Kruse et al., 2018). Kemampuan media sosial dalam membentuk sebuah komunitas, tidak terlepas dari interaksi terhadap konten dan informasi yang disebarakan melalui sebuah akun.

Salah satu jenis konten yang disebar dan mampu membuat komunitas melalui Instagram, adalah *meme*. Konten *meme* itu sendiri merupakan hasil dari sebuah ide ataupun kebiasaan yang disebar antara satu individu dengan individu lainnya, melalui proses imitasi dan mutasi yang dibentuk oleh budaya digital (Bahtar et al., 2020; Nissenbaum & Shifman, 2018). Daya tarik dari pembuatan *meme* adalah kemudahan dalam membuat dan menyebarkan konten *meme* melalui media sosial, seperti di Instagram, yang mendukung format penyebaran konten melalui gambar dan teks. Konten *meme* sendiri pun telah digunakan untuk meningkatkan kesadaran terhadap sebuah brand (Sharma, 2018), menyampaikan kritik politik yang terjadi di dalam negeri (Andriani, 2019), hingga membangun komunitas ahli keuangan dalam sebuah platform media sosial, seperti Reddit (Literat & van den Berg, 2019). Karakter yang tidak terlepas dari temuan ini adalah, humor yang digunakan untuk menarik pengguna media sosial untuk terlibat dalam komunikasi yang ada di media sosial.

Humor, merupakan salah satu konten yang digemari dan disebar oleh pengguna media sosial. Martin *et al.* (dikutip dalam Ngo, 2022; h. 2) menyatakan bahwa humor merupakan produk identitas diri dan salah satu cara manusia dalam menghadapi kejadian yang terjadi di dalam kehidupannya. Humor, terutama dalam bentuk sarkasme, merupakan jenis yang paling banyak ditemui dalam media massa (Zhu & Wang, 2020). Namun, deteksi sarkasme dan pemaknaan dari *meme* dalam representasinya terhadap identitas diri belum banyak diteliti.

Sarkasme merupakan bentuk dari perkembangan bahasa, seperti penggunaan kata-kata *slang* yang berawal dari percakapan sehari-hari untuk menghibur atau

mengejek. Perkembangan bahasa sendiri menimbulkan banyak fenomena kebahasaan, yang dapat menggabungkan kode dan berbagai variasi media bahasa (Zhu & Wang, 2020), seperti yang terdapat dalam *meme*. *Meme* merupakan bentuk nyata sebuah ekspresi, pemikiran, ataupun emosi, dari keadaan yang sedang terjadi (Shifman, 2014) dengan menggunakan gambar dan teks sebagai media komunikasi (Brubaker et al., 2018). Maka melalui *meme*, terdapat banyak tanda-tanda yang dapat diolah untuk mendapatkan makna yang ingin disampaikan di dalam *meme* tersebut.

Perkembangan penyebaran *meme* di media sosial sebagai salah satu bentuk hiburan, terjadi pada masa Pandemi COVID-19. Hal ini disebabkan ramainya pembatasan aktivitas sosial yang turut membatasi aktivitas manusia dalam bersosialisasi. Masyarakat pun terpaksa untuk mencari cara alternatif lainnya untuk bersosialisasi dan menghibur diri, sehingga dapat menjaga kebutuhan untuk berinteraksi sambil menerapkan langkah-langkah pembatasan aktivitas sosial, yaitu dengan berkomunikasi melalui media sosial (Wong et al., 2021). Namun, pembatasan aktivitas dan penerapan menjaga jarak selama pandemi tetap mengubah kemampuan seseorang dalam mengelola tekanan dengan menggunakan cara-cara sosial yang tersedia sebelumnya.

Tekanan yang dialami selama pandemi semakin menambah tekanan yang telah dihadapi oleh masyarakat secara umum. Tekanan ini merupakan tekanan sistemik seperti tekanan yang ditimbulkan dari kemiskinan, krisis lingkungan hidup, perlakuan diskriminatif, pekerjaan yang terlalu banyak, dan lain sebagainya. Ketidakmampuan seseorang dalam mengatasi tekanan, semakin meningkat pada

masa pandemi, akibat kurangnya waktu luang dan interaksi sosial, serta peningkatan tekanan pada lingkungan, seperti halnya lingkungan kerja (Ngo, 2022; Periwi & Syawbriyanti, 2021).

Tekanan inipun turut dihadapi oleh pekerja pada masa pandemic COVID-19, khususnya bagi pekerja perusahaan rintisan (*start up*) di Indonesia. Jika dibandingkan dengan perusahaan konvensional, maka perusahaan rintisan dinilai masih belum stabil (Pramesthi & Dhia, 2021). Hal ini menyebabkan perusahaan rintisan memiliki tuntutan kepada karyawan untuk tetap dapat produktif dan terus berinovasi, meskipun di tengah tekanan pandemi (Periwi & Syawbriyanti, 2021; Pramesthi & Dhia, 2021). Kata *hustle culture* atau budaya hiruk pikuk pun tidak jarang disampaikan oleh para pekerja perusahaan rintisan, yang turut tersebar melalui media sosial

Kata *hustle culture* sendiri pun, sudah menjadi wacana di tengah kaum pekerja perusahaan rintisan, sebelum terjadinya pandemi. Budaya ini digambarkan sebagai budaya kerja dengan tekanan yang tinggi untuk terus menghasilkan inovasi bagi kemajuan perusahaan. Namun, dengan adanya pandemi COVID-19, para pekerja perusahaan rintisan memiliki jam kerja yang lebih panjang, tanpa mengenal adanya istirahat dikarenakan anggapan bahwa para pekerja melakukan pekerjaannya di rumah.

Peningkatan tekanan yang terjadi secara terus menerus dinilai dapat menurunkan motivasi dan suasana hati kaum pekerja, akibat rasa lelah dan putus asa (Akram & Drabble, 2022; Ngo, 2022). Selain itu, kaum pekerja tidak dapat bertemu secara langsung, sehingga para pekerja tidak dapat berinteraksi dan

membagikan pengalamannya kepada sesama untuk mendapatkan hiburan atau berbagi tekanan (Periwi & Syawbriyanti, 2021). Oleh karena itu, kaum pekerja membutuhkan saluran untuk berkomunikasi dan mengutarakan pengalaman kerjanya dengan cara yang terjangkau, mudah diakses, serta tidak mendapatkan stigma negatif yang dapat berdampak pada pekerja.

Sarkasme melalui *meme* merupakan salah satu media yang digunakan oleh kaum pekerja untuk mencapai tujuan ini. Sebelum terjadinya pandemi, *meme* sudah digunakan sebagai tangkapan pemikiran dari sebuah kejadian yang sedang menonjol di tengah masyarakat, karena kemampuannya untuk diproduksi dan disebarkan secara cepat. Pada saat ini, *meme* digunakan oleh kaum pekerja untuk menggambarkan kejadian dan pemikiran yang dimiliki oleh pekerja. Hal ini ditandai oleh kemunculan dan popularitas akun *meme* di kalangan pekerja berkembang selama masa pandemi COVID-19, khususnya melalui Instagram.

Akun Instagram seperti *@taktekbun*, *@ridehauling*, dan *@ecommurz* merupakan akun yang khusus mengunggah *meme* yang ditujukan pada kaum pekerja khususnya pada perusahaan rintisan. Akun Instagram *Ecommurz* menjadi akun dengan jumlah pengikut terbesar di antara ketiganya, dan memiliki akun lainnya pada platform media sosial Twitter dan YouTube. Meski demikian, Instagram tetap menjadi platform dengan jumlah pengikut terbesar dibandingkan dengan platform lainnya.

Instagram, yang sebelumnya merupakan ruang untuk membangun koneksi dan berbagi hiburan, telah berevolusi sebagai media untuk mencari informasi dan berbagi pengalaman kerja (Periwi & Syawbriyanti, 2021). Salah satu faktor

pendorong evolusi ini berasal dari pengguna Instagram itu sendiri, yang sebesar 79.1% berada dalam kategori usia produktif dan sedang bekerja (Statista, 2022). Oleh karena itu, Instagram menjadi lahan subur berkembangnya komunitas pekerja melalui akun *meme* untuk menyampaikan kritik terhadap *hustle culture* di perusahaan rintisan.

Salah satu bentuk pembicaraan yang disampaikan oleh akun Instagram *Ecommurz* mengenai perusahaan rintisan, adalah mengenai kebijakan magang di perusahaan RuangGuru. Melalui Instagram, akun *Ecommurz* menaikkan wacana mengenai penyalahgunaan tenaga kerja magang, dengan gaji yang rendah, namun memiliki tuntutan tinggi selayaknya pegawai tetap sebuah perusahaan. (Ikhsan, 2021). Hal ini dinilai menyimpang dari peraturan mengenai ketenagakerjaan, sehingga para pekerja turut memberikan perhatian pada wacana yang dikembangkan oleh akun Instagram *Ecommurz* melalui *meme*. Hingga akhirnya, perusahaan rintisan RuangGuru memunculkan respon untuk menghadapi kritikan yang disampaikan oleh sebuah akun *meme*.

Polemik penggunaan anak magang pada perusahaan rintisan RuangGuru bukan merupakan satu-satunya topik yang diangkat oleh akun Instagram *Ecommurz* melalui *meme*, pada masa pandemi. Kenaikan popularitas akun *meme* para pekerja ini, membuat Periwati dan Syawbriyanti (2021) melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara bekerja di rumah dan kesehatan mental yang dialami oleh kamu pekerja. Bekerja di rumah mengharuskan pekerja untuk bekerja dengan jam yang lebih panjang melebihi batas kewajaran, tanpa adanya kompensasi, yang umum terjadi pada perusahaan rintisan. Dalam penelitian ini, Periwati dan

Syawbriyanti (2021; h 9) menegaskan kembali tekanan yang dihadapi oleh kaum pekerja perusahaan rintisan, khususnya yang berada di Indonesia dan penggunaan media sosial sebagai cara untuk menghibur diri melalui *meme*.

Keberadaan akun Instagram *Ecommurz* di tengah para pekerja perusahaan rintisan juga diteliti oleh Pramesti dan Dhia (2021) yang lebih menekankan kepada budaya perkembangan internet itu sendiri, melalui situs jejaring sosial. Dalam penelitian ini, penyebaran *meme* diantara kaum pekerja dilandasi dengan fleksibilitas yang dimiliki oleh Instagram, sebagai platform *context-driven-space*, yang disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi (Pramesti & Dhia, 2021). Sehingga, kaum pekerja perusahaan rintisan akan cenderung membangun komunitasnya melalui situs jaringan sosial seperti Instagram.

Hubungan antara para pekerja yang tergabung dalam akun Instagram *Ecommurz* dengan analisa wacana kritis juga telah diteliti. Dalam penelitian ini, Instagram sebagai platform media sosial telah mendemokrasi permasalahan yang dihadapi kaum pekerja perusahaan rintisan, sehingga akun Instagram *Ecommurz* dapat membentuk komunitas yang merasa relevan dengan konten *meme* yang diunggah melalui akun tersebut untuk mendorong terjadinya perubahan (Lutfiputri, 2022). Namun, pada seluruh penelitian yang dilakukan mengenai akun Instagram *Ecommurz*, belum terdapat pemaknaan *meme* serta interpretasi humor yang disampaikan antara akun Instagram *Ecommurz* dan para pekerja.

Pada dasarnya, *meme* itu sendiri merupakan perpaduan antara seni dan humor yang disesuaikan dengan pikiran dan perasaan seseorang pada subjek tertentu.

Meme memiliki cara untuk menghubungkan sekelompok individu dengan minat yang sama, sehingga memungkinkan terbentuknya identitas dan norma kolektif (Katz & Shifman, 2017). Sehingga, *meme* memungkinkan untuk menghubungkan satu kaum pekerja dengan pekerja lainnya dengan berbagi pemikiran dan pendapat pribadi yang mungkin bermanfaat bagi kaum pekerja yang menghadapi peningkatan tekanan, akibat adanya pandemi COVID-19.

Tekanan yang dihadapi oleh kaum pekerja saat ini semakin meningkat dan tidak begitu banyak cara yang dapat dilakukan untuk menghindari penyebab tekanan itu sendiri dalam menjalani kehidupan secara umum. *Meme* merupakan salah satu cara yang terjangkau untuk para pekerja dalam menghadapi tekanan, karena terdapat humor yang dapat menjadi penghiburan (Akram & Drabble, 2022; Ngo, 2022). Dengan mengetahui makna yang ada di dalam humor dan *meme* maka kita akan mengetahui bagaimana penciptaan *meme* dapat merepresentasikan para pekerja serta makna yang ada di dalam *meme* untuk mendiskusikan perasaan yang dihadapi oleh para pekerja.

Selain dapat menghibur, secara umum humor juga dapat digunakan untuk mengkritik dan menyoroti sebuah permasalahan yang terjadi. Agar dapat diterima oleh masyarakat, sebuah lelucon harus dianggap tidak realistis atau tidak masuk akal untuk berhubungan dengan sebuah topik yang agresif (Harlow et al., 2020). Namun, terdapat aturan lainnya yang mengatur humor yang terdapat dalam *meme* akun Instagram *Ecommurz* yang menemukan adanya sarkasme dalam situasi yang dihadapi oleh kaum pekerja.

Sarkasme yang ditunjukkan melalui *meme* akun Instagram *Ecommurz* merupakan bentuk bahasa yang paling banyak ditemukan. *Meme* yang diunggah oleh akun Instagram *Ecommurz* terdiri atas gambar dan kata yang merupakan sebuah tanda yang diberikan makna secara bersama-sama. Tanda ini sendiri dapat membawa sebuah pesan sehingga mendorong terbentuknya sebuah pemikiran lain atau menimbulkan sebuah tindakan. Muatan tanda yang diambil dari keadaan sosial dalam *hustle culture* yang terjadi pada kaum pekerja memiliki sifat spesifik dan unik. Maka dari itu, pendekatan semiotika dilakukan untuk melihat hubungan antara tanda yang terdapat di dalam *meme* serta pemaknaannya (Wibowo, 2009).

Charles S. Peirce merupakan salah satu ahli semiotika modern, yang mengidentifikasi hubungan dari sebuah tanda yang disebut sebagai representamen dan intepretan. Dalam pendekatannya Charles S. Peirce menyatakan bahwa terdapat beberapa tipe tanda atau representamen, yaitu: ikon yang mencerminkan objek, indeks yang secara fisik memiliki keterkaitan dengan objek, dan simbol seperti bahasa yang memiliki arti bagi sebuah objek karena telah ditafsirkan melalui sebuah kesepakatan di tengah masyarakat (Afisi, 2020). Berdasarkan paparan ini, maka penelitian ini akan menggunakan analisa semiotika Charles S. Peirce untuk melihat tanda yang terdapat dalam *meme* yang diinrepretasikan oleh para pengikut akun Instagram *Ecommurz*.

Akun Instagram *Ecommurz* tidak menyertakan tagar *#sarcasm* atau *#sarkasme* melalui unggahannya. Namun, deteksi sarkasme sebagai tanda yang dimaknai secara bersama-sama oleh para pekerja merupakan hal yang belum dieksplorasi secara kualitatif. Oleh karena itu, dalam penelitian intepretasi yang digunakan

melalui semiotika Charles S. Peirce akan menganalisa lebih dalam mengenai deteksi sarkasme pada *meme* secara kualitatif, dan bagaimana pemaknaannya berdasarkan tanda yang terdapat dalam objek, untuk dapat diinterpretasikan sebagai representasi dari kaum pekerja.

Dengan menganalisa bagaimana *meme* sebagai sebuah objek dapat diberi makna dan interpretasinya, maka terdapat kesempatan untuk memahami *meme* dan sarkasme sebagai representasi *hustle culture* yang ditemui dan dihadapi oleh kaum pekerja, untuk dapat membentuk sebuah komunitas secara digital. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya dengan penerapan teori yang menekankan kepada tanda yang terdapat di dalam *meme* yang dimaknai sebagai representasi dari kaum pekerja.

1.2 Identifikasi Masalah

Konten *meme* yang disebarakan melalui Instagram, merupakan bentuk hiburan yang digunakan oleh kaum pekerja perusahaan rintisan, dalam menghadapi tekanan. Selain muatan hiburan, *meme* digunakan sebagai media komunikasi dan menyampaikan kritik melalui sarkasme yang dimaknai secara bersama-sama. Oleh karena itu, Instagram dinilai mengalami perubahan fungsi sebagai salah satu media dalam mencari informasi dan berbagi pengalaman kerja (Prameshti & Dhia, 2021).

Meme yang disebarakan oleh akun Instagram *Ecommurz* merupakan hiburan bagi para pekerja yang semakin mendapatkan tekanan di tengah terjadinya pandemi. Humor yang terdapat di dalam *meme* juga menggambarkan kritik

melalui sarkasme terutama terhadap *hustle culture* yang diemban oleh perusahaan rintisan. Peningkatannya pada media sosial Instagram merupakan efek dari platform itu sendiri sebagai *context-driven-space* (Lutfiputri, 2022; Pramesthi & Dhia, 2021). Akun seperti *Ecommurz* sendiri merupakan salah satu bentuk hiburan bagi para pekerja untuk tetap menjaga kesehatan mental, di tengah berbagai tekanan yang dihadapi baik dalam bekerja maupun dalam kehidupan sehari-hari (Periwi & Syawbriyanti, 2021). Namun, penelitian terdahulu belum dapat menjelaskan tana yang digunakan dalam sebuah *meme*, serta deteksi penggunaan sarkasme sebagai sebuah tanda yang terdapat dalam *meme* yang digunakan oleh kaum pekerja dapat membentuk komunitas yang besar dalam akun Instagram.

Meme sendiri memiliki tanda yang digunakan dalam bentuk gambar dan kata yang mengandung ikon, indeks, dan simbol, sebagai satu-satunya media komunikasi antara pembuat akun Instagram *Ecommurz* dengan pengikutnya. Hingga saat penelitian ini dilakukan, identitas dari pengunggah dan pembuat akun Instagram *Ecommurz* belum diketahui. Informasi yang diunggah oleh akun Instagram *Ecommurz* dapat berasal dari pengikut dan juga admin, yang kemudian dipublikasikan dalam bentuk *meme* dan didukung oleh fitur-fitur lainnya yang terdapat dalam Instagram. Oleh karena itu, tanda yang terdapat dalam *meme* memiliki pesan yang diinterpretasikan oleh penggunanya sehingga terbentuk sebuah pemikiran melalui pemaknaan gambar dan teks.

Berdasarkan pemaparan di atas dan hasil dari penelitian sebelumnya terhadap akun Instagram *Ecommurz*, fokus penelitian ini dibatasi terhadap konten yang diunggah oleh akun Instagram *Ecommurz* yang memiliki muatan mengenai kaum

pekerja, serta humor yang merupakan bagian dari *meme* itu sendiri sebagai bentuk representasi kaum pekerja yang disampaikan melalui akun Instagram *Ecommurz*. Dalam penelitian ini, subjek yang akan diteliti adalah kaum pekerja, sedangkan objek dari penelitian ini adalah *meme* yang diunggah pada akun Instagram *Ecommurz*. Subjek dan objek penelitian ini dipilih berdasarkan pernyataan Brubaker *et al.* (2018) bahwa *meme* merupakan sarana komunikasi dengan menggunakan teks dan gambar. Sehingga dalam setiap *meme*, terdapat tanda-tanda yang kemudian diproduksi dan diunggah oleh akun Instagram *Ecommurz* sebagai sarana komunikasi dengan pengikutnya.

Pendekatan semiotika dilakukan untuk melihat hubungan antara tanda dan pemaknaan (Wibowo, 2009). Semiotika Charles S. Peirce diterapkan dalam penelitian ini, karena dapat mengidentifikasi antara tanda yang terdapat dalam sebuah objek (dalam penelitian ini, objek adalah *meme*), serta interpretasi dari *meme* yang dapat merepresentasikan kaum pekerja. Selain itu, deteksi sarkasme sebagai tanda yang muncul dalam *meme* perlu dilakukan untuk mendalami pemaknaannya terhadap representasi kaum pekerja perusahaan rintisan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah berupa:

- 1.3.1 Bagaimana sebuah *meme* yang diunggah dalam akun Instagram *Ecommurz* dapat merepresentasikan kaum pekerja?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan menjawab rumusan masalah, sebagai berikut:

- 1.4.1 Menganalisa tanda yang terdapat dalam *meme* serta hubungannya dengan para pekerja, melalui akun Instagram *Ecommurz*.
- 1.4.2 Menganalisa sarkasme secara kualitatif sebagai bentuk tanda yang terdapat di dalam *meme* dan penggunaannya sebagai bentuk komunikasi antara pengikut akun Instagram *Ecommurz* dan admin.
- 1.4.3 Menjelaskan interpretasi *meme* terhadap *hustle culture* yang dihadapi oleh pengikut akun Instagram *Ecommurz* melalui *meme* sebagai objek.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi manfaat akademis dan manfaat sosial. Manfaat akademis adalah manfaat yang dapat digunakan sebagai ilmu bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai dasar penelitian berikutnya. Sedangkan manfaat sosial dapat digunakan untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai makna *meme* yang diinterpretasikan oleh kaum pekerja.

1.5.1 Manfaat akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai referensi penelitian kualitatif dengan analisa semiotika Charles S. Peirce dan deteksi sarkasme untuk memaknai *meme* yang merepresentasikan kaum pekerja dan disebarakan melalui sebuah akun Instagram.

1.5.2 Manfaat sosial

Manfaat sosial dalam penelitian ini adalah media tukar pikiran bagi para praktisi komunikasi untuk mengetahui makna dari sarkasme yang terdapat dalam sebuah *meme*, dan kemudian disebarakan melalui sebuah komunitas dalam mengantisipasi fenomena sosiokultural yang terjadi di masyarakat.

