

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini perkembangan informasi dapat dikatakan lebih cepat dari pesawat terbang. Sebuah berita dari belahan dunia lain, dapat dengan mudah mencapai sisi lain dari bumi hanya dalam hitungan mili detik. Kemudahan itu tidak lain adalah buah hasil dari perkembangan teknologi internet, yang kemudian menghasilkan sebuah sarana baru dalam arus informasi. Informasi yang tersebar pun dapat ditemukan pada berbagai cabang dari internet itu sendiri, seperti *website*, *blog*, media sosial, dan sebagainya. Globalisasi juga memberikan dampak positif yaitu terjadinya perubahan tata nilai dan sikap, berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, tingkat kehidupan yang lebih baik. Sedangkan dampak negatif dari globalisasi yaitu, pola hidup konsumtif, sikap individualistik, gaya hidup kebarat-baratan serta kesenjangan sosial (Nurhaidah, 2015: 1).

Kemajuan dalam penyebaran informasi ini juga tidak hanya terbatas pada kabar-kabar terbaru yang terjadi, tetapi juga mencakup informasi dan pemberitaan masa lalu yang digolongkan sebagai sejarah. Sekarang seseorang tidak perlu lagi pergi ke perpustakaan atau toko buku terdekat untuk mendapat sebuah artikel atau bacaan sejarah. Seseorang tinggal membuka perangkat selulernya dalam waktu kurang dari beberapa menit sebuah artikel atau bacaan sejarah sudah tersaji di depan

matanya.

Kemudahan tersebut juga semakin terlihat setelah berkembangnya sarana yang disebut media sosial. Media sosial adalah teknologi di mana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi, dan menciptakan pesan, dsb (Mayfield, 2008: 35). Walau begitu Pada awal terbentuknya media sosial hanya memberikan fitur saling berbalas pesan dengan jumlah karakter yang terbatas, tetapi semakin bertambahnya kebutuhan pengguna, dan semakin banyaknya pengguna. Para pengembang meningkatkan fitur yang diberikan, seperti berkirim foto, video, artikel, hingga jumlah karakter yang ditambah sehingga bisa memuat keseluruhan artikel berita. Sehingga penggunaanya yang semakin meluas dari membagikan sebuah informasi, sarana dalam berjualan, hingga hal lainnya yang dianggap menguntungkan baik bagi banyak orang, segelintir orang, bahkan hanya bagi sang pembuat.

Dengan bertambahnya fungsi dan pengguna, semakin banyak pula variasi pembahasan yang diberikan, sehingga media sosial dianggap sebagai media paling mudah untuk melakukan publikasi atau promosi. Hal ini tidak lepas dari faktor semakin relevannya konten tersebut dengan publik, sehingga kemungkinan seseorang membagikan ke orang terdekat juga semakin besar (Looy, 2016: 23). Dengan semakin banyak yang melihat konten tersebut juga, publikasi dan promosi yang dilakukan dapat dikatakan sangat efektif, karena membuat pekerjaan promosi menjadi lebih mudah.

Dalam konteks hari ini juga, tentu saja hampir semua orang yang dapat mengakses internet memiliki sosial media apapun itu baik *Facebook*, *Twitter/X*, *Instagram*, dan sebagainya. Menurut laporan dari *We Are Social*, pada tahun 2023 pengguna sosial media di Indonesia berjumlah 167 juta pengguna (Widi, 2023) yang berarti kurang lebih sebanyak 60% masyarakat Indonesia menjadi pengguna media sosial. Sedangkan berdasarkan *ElectronicHub* rata-rata orang pengguna media sosial di Indonesia menghabiskan 19,71% waktu bangun mereka untuk berselancar di media sosial (Pratiwi, 2023). Sehingga daripada situs lain, media sosial menjadi sesuatu yang paling sering diakses orang Indonesia di internet, ini merupakan salah satu faktor informasi yang disebarkan lewat media sosial lebih cepat untuk diterima oleh berbagai kalangan masyarakat dibanding informasi yang disebarkan lewat situs lain seperti situs berita atau situs resmi suatu instansi. Sehingga media sosial menjadi salah satu media yang paling menguntungkan dalam tujuan menyebarkan sesuatu agar dapat diterima oleh banyak orang, dibanding media lain baik yang digital maupun tidak.

Penggunaanya yang semakin beragam tersebut juga dimanfaatkan untuk memberikan berbagai informasi kepada pengguna, salah satunya adalah informasi bertema kesejarahan. Dari para penggiat sejarah, orang biasa, hingga beberapa akun anonim mulai tertarik untuk membuat suatu postingan bertema sejarah dengan berbagai macam tujuan. Langkah ini dapat dilihat sangat baik sebagai suatu langkah promosi untuk meningkatkan minat masyarakat umum terhadap sejarah. Apalagi

dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan gambar yang menarik, semakin meningkatkan minat kepada para pengguna untuk membaca tulisan tersebut. Sehingga dimasa sekarang hampir semua orang bisa mendapatkan berbagai macam informasi sejarah, baik sejarah nasional hingga sejarah dunia.

Beberapa contoh akun yang sering membahas sejarah antara lain adalah *Mazzini* di X, yang mengemas bahasan sejarah secara singkat namun jelas sehingga para pembaca yang hanya memiliki waktu sedikit masih tetap dapat memahami sejarah yang dijelaskan. Ada pula akun-akun seperti *Neo Historia Indonesia* di X, yang sering mengemas bahasan sejarah dengan ilustrasi-ilustrasi yang diminati kalangan *milenial* dan *gen z* saat ini. Termasuk penggunaan *meme* dalam menggambarkan suatu peristiwa atau topik yang akan dijelaskan. Penggunaannya oleh *Neo Historia Indonesia* sangat membantu dalam menarik minat para pengguna, dan mengubah imej sejarah yang terkesan kaku menjadi lebih mudah diterima pengguna *milenial* dan *gen Z*.

Tetapi penggunaan *meme* sebagai instrumen pendukung narasi sejarah kadang kala disalahartikan oleh para pembaca, sifatnya yang terlihat seperti guyonan dan ilustrasi yang tidak memiliki hubungan langsung dengan topik bahasan utama tidak langsung bisa dimengerti semua pihak. Terutama pada isu-isu sensitif atau menarik kadang menimbulkan pro-kontra yang menimbulkan lebih banyak perdebatan, yang bisa menjadi semakin liar. Beberapa pengguna yang kurang mau untuk melakukan riset lebih lanjut juga dengan lebih leluasa memberikan argumen tanpa dasar, yang

kemudian bisa saja dipercaya oleh akun lain dan menjadi *hoax* yang menyebar secara luas. Hal ini bisa menjadi sangat berbahaya karena dalam masa-masa genting bisa menciptakan sebuah kekacauan di masyarakat. Untuk menghindari hal tersebut beberapa akun informasi dan penggiat sejarah juga secara aktif melakukan edukasi lebih lanjut untuk meluruskan kesalahpahaman yang terjadi di masyarakat, dengan cara antara lain memberikan penjelasan lebih lanjut dan sumber-sumber yang relevan kepada para pembaca.

Sehingga *meme* sebagai instrumen pendukung narasi sejarah dapat dianalisis lebih jauh, mengenai bagaimana *meme* dapat diterima dengan baik maupun tidak baik oleh para pengguna, dan efektifitas *meme* terhadap minat pengguna lain. Berdasarkan pemaparan diatas hal yang akan dianalisis oleh peneliti adalah, pengaruh *meme* pada akun *Neo Historia Indonesia* di media sosial X terhadap minat Sejarah para pengguna X dan respon para pengguna terhadap narasi sejarah yang menggunakan bantuan *meme* sebagai instrumen pendukung.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, beberapa identifikasi masalah dalam penelitian adalah;

- a. Bagaimana respon pengguna X terhadap *meme* sebagai instrumen pendukung narasi sejarah di akun *Neo Historia Indonesia*?
- b. Bagaimana pengaruh *meme* sebagai instrumen pendukung narasi sejarah

di akun *Neo Historia Indonesia* terhadap minat sejarah para pengguna X utamanya para pelajar?

- c. Bagaimana *meme* yang efektif dalam menarik minat pengguna X utamanya pelajar terhadap bahasan sejarah?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, juga berdasarkan pertimbangan kemampuan peneliti maka penelitian berfokus pada penggunaan *meme* sebagai instrumen pendukung narasi sejarah oleh akun *Neo Historia Indonesia* di media sosial X, dengan Pengguna X menjadi subjek utama dalam penelitian ini. Pengguna X adalah sebutan untuk seorang individu yang memiliki dan aktif dalam melakukan kegiatan di media sosial X, baik aktif dalam membuat sebuah konten atau hanya sekedar merespon unggahan pengguna lain.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini akan terbagi menjadi dua, yaitu;

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru mengenai penggunaan *meme* sebagai instrumen pendukung dalam narasi sejarah di media sosial. Juga dapat menjadi acuan bagaimana penggunaan *meme* dalam narasi sejarah dan efek yang ditimbulkan oleh *meme* tersebut.

b. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan antara lain;

a) Bagi Pengiat Sejarah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan para penggiat sejarah dalam mengedukasi pengguna media sosial, juga dapat menjadi acuan bagaimana konten yang mudah diterima, tidak menimbulkan banyak pertikaian, dan lebih cepat menyebar di kalangan pengguna media sosial.

b) Bagi Tenaga Pendidik

Bagi para pengajar sejarah penelitian ini bisa menjadi gambaran bagaimana kaum muda yang saat ini tertarik dengan bahasan sejarah, sehingga dalam melakukan kegiatan belajar-mengajar dapat mengambil referensi dari bagaimana akun - akun penggiat sejarah membuat konten mereka lebih mudah diterima.

c) Bagi Akademisi

Bagi para akademisi penelitian ini bisa menjadi referensi untuk membahas konten bertema sejarah di media sosial.

d) Bagi Program Studi Sejarah

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi inspirasi bagi para mahasiswa program studi sejarah, dalam membuat konten- konten sejarah yang mudah diterima oleh pengguna media sosial. Juga menjadi inspirasi bagi mahasiswa untuk menjelaskan suatu pembahasan sejarah dengan lebih menghibur dan menarik perhatian.

e) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penelitian - penelitian yang melibatkan topik media sosial, konten sejarah, dan *meme*.

E. Kerangka Konseptual

a. Media Sosial

Media sosial adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, *wiki/ensiklopedia* daring, forum-forum maya, termasuk *virtual world* (Mayfield, 2008: 35). Maka dapat disimpulkan media sosial adalah teknologi yang berbasis daring yang menggunakan jaringan atau data untuk mendukung interaksi sosial. Dengan teknologi berbasis web media sosial yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, baik antar dua pihak atau lebih dari dua pihak yang terlibat. Pada masa kini ada beberapa situs media sosial yang cukup populer dengan jumlah pengguna yang cukup

besar antara lain : *Facebook, X, Instagram, Whatsapp, Youtube, Line, Tiktok*, dll. Menurut penelitian *we are social* Bagi orang Indonesia sendiri *Whatsapp, Instagram, dan Facebook* menjadi platform paling banyak digunakan, sedangkan *X* ada diperingkat 6 media sosial paling sering digunakan oleh orang Indonesia (Prambors, 2023).

Menurut Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein dibagi menjadi 6 kategori (Kaplan dan Haenlein, 2010: 62);

1. Proyek kolaboratif yang memungkinkan pembuatan konten bersama dan simultan oleh banyak pengguna dan memungkinkan pengguna lain menambahkan, menghapus, dan mengubah bagian tertentu. Ide utama yang mendasari proyek kolaboratif adalah upaya bersama dari banyak pelaku akan menghasilkan hasil yang lebih baik dibandingkan yang dapat dicapai oleh pelaku mana pun secara individu. Contoh dalam kategori ini adalah ensiklopedia online *Wikipedia, wikipedia* yang saat ini tersedia dalam lebih dari 230 bahasa berbeda, dan layanan *web bookmark*, yang memungkinkan penyimpanan dan berbagi *web bookmark*.

Gambar 1: Tampilan halaman depan *wikipedia.org*



Sumber: <https://www.wikipedia.org/>

2. *Blog* adalah jenis situs *web* khusus yang biasanya menampilkan konten bertanggal dalam urutan kronologis terbalik. Mereka setara dengan halaman *web* pribadi di Media Sosial dan dapat hadir dalam berbagai variasi, mulai dari catatan harian pribadi hingga informasi relevan dalam satu area konten tertentu. Biasanya *blog* dikelola oleh satu orang, namun memberikan kemungkinan terjadinya interaksi dengan orang lain melalui penambahan komentar. *Blog* yang terafiliasi dengan perusahaan atau komunitas tertentu juga biasa dikelola oleh beberapa orang yang dipekerjakan khusus atau menerima tulisan-tulisan yang dikirim oleh beberapa kontributor. Contoh dalam kategori ini adalah *historia.id* suatu *blog* yang memberikan informasi dan tulisan-tulisan mengenai topik kesejarahan.

Gambar 2: Tampilan halaman depan *historia.id*

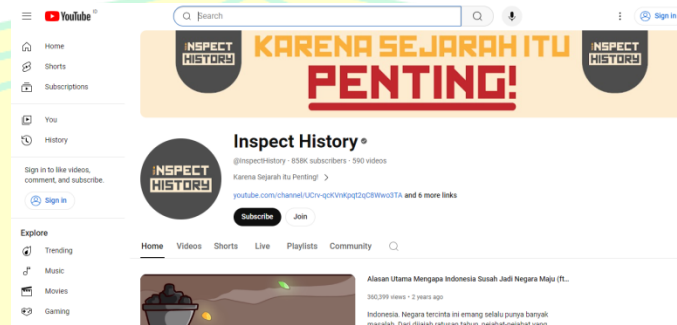


Sumber: <https://historia.id/>

3. Situs konten atau komunitas konten adalah sarana berbagi konten media tertentu antar pengguna. Penggunaanya tidak diharuskan membuat halaman profil pribadi untuk mengakses tetapi jika mereka menginginkan berpartisipasi untuk membagikan suatu konten mereka diwajibkan untuk melakukan registrasi akun baik secara gratis atau berbayar. Beberapa contoh kategori ini adalah *Piterest* untuk berbagi foto, *Pixiv* untuk berbagi hasil karya seni digital, dan *Youtube* untuk berbagi video. *Youtube* sendiri cukup banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia baik mereka yang berbagi video mapupun yang bertujuan hanya untuk menjadi konsumen dari video-video yang dibagikan. Salah satu contoh yang pembuat konten youtube tentang sejarah yang cukup diminati adalah *Inspect History* yang sudah mempunyai 858 ribu subscribed dan mengunggah 590

video.

Gambar 3: Tampilan halaman depan saluran *Youtube Inspect History*



Sumber: <https://www.youtube.com/@InspectHistory>

4. Situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil informasi pribadi, mengundang teman dan kolega untuk memiliki akses ke profil tersebut, dan saling mengirim email dan pesan instan. Para pengguna juga bisa berinteraksi dengan pengguna lain secara personal melalui fitur pesan atau saling mengomentari postingan orang lain. Pengguna jejaring sosial ini juga tidak selalu diharuskan menggunakan informasi pribadi lengkap, dan dapat berbagi akun dengan orang lain. Sehingga dapat digunakan oleh perusahaan, organisasi, atau komunitas tertentu sebagai media promosi atau berbagi informasi apapun selama tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan. Masyarakat Indonesia sendiri cukup familiar dengan media sosial, sehingga menjadi situs yang paling sering diakses oleh orang Indonesia. *Whatsapp* menjadi

situs jejaring sosial paling banyak digunakan oleh orang Indonesia, dengan jumlah pengguna sejumlah 112 juta pengguna berdasarkan data *AppMagic*. Sedangkan ada beberapa jejaring sosial media lain yang cukup digemari masyarakat Indonesia seperti *Facebook*, *X*, dan *Instagram*. Beberapa pengguna juga berfokus membahas topik kesejarahan seperti *Neo Historia Indonesia* dan *historia.id* yang memiliki akun lintas aplikasi seperti di *Facebook*, *X*, dan *Instagram*.

Gambar 4: Tampilan halaman depan akun *X Neo Historia Indonesia*



Sumber: https://x.com/neohistoria_id

5. Dunia game virtual adalah media yang mereplikasi lingkungan tiga dimensi sehingga pengguna juga dapat tampil dalam bentuk *avatar* yang dipersonalisasi atau disiapkan oleh pengembang untuk berinteraksi satu sama lain seperti di kehidupan nyata. Penggunaannya cukup diminati oleh banyak pengguna terutama dari golongan *milenial* dan *gen Z* yang sering menyebut diri mereka gamers. Dunia game virtual jarang digunakan untuk tujuan lain

selain bermain, karena pengembang sudah memberikan tujuan-tujuan tersendiri untuk para penggunanya selesaikan. Contoh kategori ini adalah game-game *MMORPG (Masive Multiplayer Online Role Playing Game)* seperti *Call of Duty*, *Dragon Nest*, *Honkai Star Rail*, dan lain-lain.

6. Dunia Sosial Virtual adalah media yang mirip seperti di dunia permainan virtual, di mana pengguna dunia sosial virtual muncul dalam bentuk *avatar* dan berinteraksi dalam lingkungan virtual tiga dimensi. Perbedaan paling mencolok dengan dunia game virtual adalah tidak adanya tujuan-tujuan yang diberikan pengembang kepada para pengguna untuk diselesaikan, sehingga pengguna bisa lebih leluasa melakukan apapun yang mereka inginkan selama tidak melanggar peraturan. Untuk di kalangan masyarakat Indonesia dunia sosial virtual masih kurang diminati, karena kesulitan dalam aksesnya dan tidak adanya tujuan yang jelas apa yang ingin dilakukan para penggunanya.

Dari penjabaran di atas dapat ditarik bahwa media sosial memiliki beberapa ciri-ciri khusus antara lain;

1. Konten yang ingin disampaikan akan dibagikan kepada banyak orang, sehingga tidak terbatas pada satu orang tertentu, walaupun dalam kasus khusus target konten dapat dibatasi.

2. Isi konten yang muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat.
3. Isi yang akan disampaikan secara online dan langsung.
4. Konten yang diterima secara online, dapat diterima dalam waktu yang lebih cepat, tetapi juga bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu yang ditentukan oleh masing-masing pengguna.
5. Media Sosial menjadikan penggunanya sebagai pembuat konten yang memungkinkan pengguna untuk beraktualisasi diri.
6. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan, reputasi dan kelompok.

Dengan memperhatikan ciri khas tersebut media sosial sangat berguna belakangan ini untuk melakukan promosi dan menyebarkan konten, karena lebih mudah mencapai para pembaca atau target pasar daripada menggunakan media lama seperti televisi dan koran/majalah. Sehingga menjadi kewajaran bahwa pengguna internet di Indonesia sangat menggemari media sosial, dan menghabiskan banyak sekali waktu daring mereka untuk berselancar di media sosial.

Tetapi penggunaan media sosial juga menghasilkan dua buah efek yang saling bertolak belakang, jika digunakan secara bijak media sosial dapat memberikan dampak yang positif sedangkan jika digunakan secara tidak bijak media sosial juga memberikan dampak yang negatif dan merugikan baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

Dampak positif dari media sosial antara lain;

1. Mempercepat arus informasi, sehingga pengguna dapat mengetahui kabar yang lebih aktual dari suatu hal yang terjadi di lokasi yang sangat jauh.
2. Menghubungkan berbagai jenis individu, dan dapat memperluas jaringan pertemanan terutama yang memiliki minat yang sama.
3. Bagi segi promosi, media sosial berguna karena dapat menjangkau target pemasaran lebih luas. Hal ini sangat membantu baik untuk tujuan komersil maupun tujuan berbagi informasi.

Sehingga dapat dikatakan dengan hadirnya media sosial sebagai teknologi, tentu saja cara hidup manusia juga akan mengalami perubahan. Beberapa perubahan adalah semakin efektif dan efisiennya manusia dalam memperoleh informasi tidak terhalang waktu, tempat dan biaya yang tidak terlalu mahal (Cahyono, 2016: 155).

Sedangkan dampak negatif dari media sosial antara lain;

1. Menciptakan ketergantungan dan kecanduan bagi penggunanya, jika tidak dibatasi dalam penggunaannya.
2. Memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk melakukan ujaran kebencian, karena sifatnya yang memungkinkan penggunanya untuk anonim sehingga pengguna merasa lebih bebas melakukan apapun termasuk melakukan ujaran kebencian kepada pihak lain.
3. Cepatnya kabar tidak benar (*hoax*) menyebar lewat sosial media, dengan sulitnya mendeteksi kebenaran dari informasi yang disebarkan menjadikan banyak pengguna yang menyebarkan suatu berita tanpa melakukan riset dan pengecekan terlebih dahulu. Kabar hoax ini bisa menimbulkan keresahan dikalangan masyarakat jika tidak diluruskan dan dibatasi dengan benar.

Sedangkan jika melihat dari hubungan sosial, Media sosial juga memberikan dampak buruk. Interaksi sosial di dunia nyata akan turut berkurang. Manusia tidak perlu lagi saling bertemu secara langsung untuk berkomunikasi, sehingga hal ini akan membentuk pola hidup masyarakat yang semakin tertutup (Cahyono, 2016: 156).

Media sosial memang memberikan keuntungan dan kerugiannya masing-masing, keuntungan bisa didapat jika digunakan sebaik mungkin.

Dalam konteks informasi atau narasi sejarah media sosial juga berguna dalam melakukan penyebaran informasi, agar suatu narasi/informasi/bahasan sejarah dapat diketahui lebih banyak orang. Setelah suatu informasi mencapai lebih banyak orang, diharapkan hal tersebut dapat mengedukasi dan menarik minat para pengguna terhadap bahasan-bahasan bertopik sejarah. Keterlibatan masyarakat umum dalam memproduksi konten sejarah di media sosial, sudah sewajarnya karena masyarakat adalah pencipta dan pemilik sejarah itu sendiri. Manusia merupakan bagian dari sejarah dan hanya manusia yang bisa menciptakan sejarah. Sejarah publik muncul sebagai suatu sub-disiplin ilmu sejarah dan dianggap sebagai “sejarah terapan” yang mengkomunikasikan dan melibatkan masyarakat dalam praktik dan produksi sejarah (Sayer, 2017: 12).

Pembuatan konten bertopik sejarah juga dapat dikemas dalam berbagai bentuk. Sebagai contoh *Historia.id* dan *Republik Tawon* adalah situs/blog yang berfokus dalam memberikan pembahasan-pembahasan sejarah dalam bentuk artikel, konten yang diberikan cukup detail walau dibuat sesingkat mungkin sehingga bisa dinikmati oleh para pembaca yang tidak memiliki waktu luang untuk membaca buku sejarah secara langsung. Sedangkan *Inspect History* yang beroperasi di *Youtube* memberikan penjelasan sejarah melalui video dengan ilustrasi bergaya kartun dan narasi

yang cukup padat tetapi jelas, yang sangat digemari bagi para pengguna yang menyukai bentuk penjelasan video. Untuk media sosial sendiri ada beberapa akun yang berfokus dalam memberikan konten kesejarahan, anatar lain *Neo Historia Indonesia* yang sering membuat tulisan singkat mengenai topik sejarah, *Mazzini* seorang pengiat sejarah yang sering membahas suatu tokoh/peristiwa, bahkan *Historia.id* yang juga menggunakan media sosial untuk menyebarkan tulisan-tulisan mereka yang dimuat situs mereka.

Bagaimanapun metodenya para pembuat konten sejarah tersebut memiliki cara dan keunikan masing-masing dalam menyebarkan informasi kesejarahannya, hal ini yang menciptakan adanya perbedaan tingkat penerimaan pengguna terhadap konten mereka. Bagian ini yang kedepannya akan diteliti oleh peneliti, mengenai meme yang menjadi keunikan *Neo Historia Indonesia* dalam konten sejarah yang mereka berikan.

b. X

Dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak pula media sosial yang ditawarkan kepada penggunanya. Beberapa memiliki pengaruh yang cukup luas bagi para pengguna internet di Indonesia karena kepopulerannya seperti *Facebook*, *X*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan lain-lain, sedangkan beberapa hanya digunakan oleh komunitas-komunitas tertentu seperti *Discord*, *Reddit*, dan lain-lain. *X* yang sebelumnya bernama

Twitter menjadi salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia, terutama dari kalangan *milenial* dan *gen z*. Dengan maraknya pengguna dari kalangan tersebut *X* biasa diasosiasikan oleh penggunannya sebagai media sosial paling “*open minded*” atau media sosial di mana paling banyak penggunannya saling bertukar pendapat dan bersedia menerima pendapat orang lain, walau hal ini juga masih menjadi perdebatan bagi para penggunanya.

Sejarahnya *Twitter* dikembangkan oleh *Obvious Corp* yang bertempat San Fransisco, Amerika Serikat. *Twitter* dibuat 2006 dan diluncurkan pada bulan tahun yang sama oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Bizz Stone, dan Evan Williams. Pada awalnya *Twitter* dimaksudkan sebagai fasilitas untuk menjawab pertanyaan “*What are you doing?*”, walaupun sebagian orang mengupdate tentang kegiatan yang sedang mereka lakukan, berita baru, atau menjawab pertanyaan-pertanyaan dari para pengguna *Twitter* lainnya (Zarella, 2011: 39). Pada Oktober 2022 pengusaha asal Amerika Serikat Elon Musk, membeli mayoritas saham *Twitter* dan berencana mengembangkan fiturnya. Kemudian pada 22 Juli 2023, *Twitter* resmi berubah nama menjadi *X* yang terasosiasi dengan perusahaan lain Elon Musk yaitu *Space X*.

Menurut data yang tercantum di *Dataindonesia.id* pengguna aktif *X* pada bulan April 2023 mencapai angka 373 juta pengguna, sedangkan untuk

pengguna aktif di Indonesia sendiri mencapai angka 14,8 juta pengguna pada bulan yang sama. Dengan pengguna aktif yang cukup besar, X memiliki pengaruhnya tersendiri bagi masyarakat Indonesia terutama bagi *milenial* dan *gen z* yang sangat menggemari menggunakan X (Sadya, 2023). Banyak dari mereka yang mencari informasi apapun lewat X, dari mulai pembahasan mengenai hobi hingga politik. Tidak lepas pula dengan pembahasan sejarah, di mana banyak dari *milenial* dan *gen z* menyukai untuk mencari informasi-informasi kesejarahan yang sedang viral pada waktu-waktu tertentu melalui X.

Salah satu akun sejarah yang aktif membuat unggahan pada media X adalah *Neo Historia Indonesia* atau *@neohistoria_id*, *Neo Historia Indonesia* adalah berawal dari sebuah akun dan komunitas penyuka sejarah yang didirikan pada tahun 2019 oleh Hanafi Wibowo dan Daniel Limantara, dengan beberapa kontributor dan admin lain yang turut membantu dalam mengelola konten mereka. Akun dengan tagline “Memperkenalkan #Sejarah dengan lebih #menyenangkan sejak 2019”, selain aktif di X *Neo Historia Indonesia* juga aktif di beberapa platform lain. Seperti *Facebook* dengan nama *fanspage Neo Historia Indonesia* yang berdiri tahun 2020, sudah memiliki 116 ribu like dan 142 ribu pengikut, selain *Fanspage Neo Historia Indonesia* juga memiliki grup *Facebook* dengan nama *Neo Historia Brotherhood Indonesia* yang memfasilitasi membernya untuk memposting

tulisan sejarah mereka di grup. Setelah itu mereka juga aktif memposting kontennya di *Instagram* dengan nama akun sama dengan di *X*, yang juga sudah memiliki 148 ribu pengikut. Selain di situs jejaring sosial *Neo Historia Indonesia* juga memiliki akun *Youtube* dengan nama sama yang sudah memiliki 16 ribu subscribers. Untuk di *X* sendiri *Neo Historia Indonesia* memulai aktifitasnya pada bulan februari tahun 2022, dan sekarang telah mendapat 422 ribu pengikut. Keunikan yang diberikan oleh *Neo Historia Indonesia* adalah penggunaan *meme* sebagai instrumen pendukung narasi sejarah yang mereka sajikan. *Meme* tersebut tidak hanya menggunakan ilustrasi sejarah seperti foto masa lalu, foto tokoh, dan sebagainya tetapi juga menggunakan bahan *meme* yang sedang digemari oleh para pengguna media sosial seperti *meme* dengan tokoh artis terkenal hingga *meme* yang menggunakan gambar kartun/*anime*.

c. *Meme*

Kata *meme* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins dalam buku berjudul *The Selfish gene* (1976) untuk menyampaikan sebuah gagasan dari penyebaran budaya (Shifman, 2014: 9). Kata *meme* berasal dari bahasa Yunani "*Mimeme*" yang kemudian disingkat menjadi *meme*, yang berarti sesuatu yang dapat diimitasi, beberapa yang dapat diimitasi adalah Lagu, gagasan, pakaian, dan perkataan. *Meme* bisa berbentuk apa saja, mulai dari video, kalimat, teks yang panjang, dialog, ataupun struktur teks, asalkan

dapat diimitasi dan divariasikan (Dawkins, 2017: 289). Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa *meme* adalah suatu unit yang digunakan untuk menyebarkan kebudayaan, di mana dapat berbentuk video, lagu, kalimat, teks panjang, gagasan, pakaian, dan lain-lain, yang disebarkan melalui proses replikasi (Osterroth, 2015: 32).

Internet meme merupakan sebuah kultur yang disalurkan melalui daring dan biasanya merupakan sebuah lelucon dan mengandung humor di dalamnya. Humor ini merupakan bagian penting yang membedakan *meme* dengan bentuk lain seperti iklan (Börzsei, 2013: 3). Sedangkan menurut pendapat lain hampir seluruh *meme* yang ada, dibuat dengan tujuan untuk mengekspresikan sesuatu. *Meme* yang beredar di internet tidak hanya mengandung humor di dalamnya namun juga emosi dan opini dari para pembuat *meme* (Grundlingh, 2017: 4). Sehingga *meme* yang diciptakan tidak hanya bertujuan untuk humor atau guynon, tetapi memiliki makna lain dibalikny.

Dengan menjamurnya pengguna *internet meme*, *meme* termasuk ke dalam kategori humor digital yang populer akhir-akhir ini (Mahadian dan Sugandi, 2018: 183). Hal tersebut juga menciptakan adanya beberapa situs yang mengkhususkan diri dalam menampung *meme-meme* yang dibuat oleh penggunaannya seperti *9gag* dan *1cak* untuk versi berbahasa Indonesiannya. Selain lewat situs-situs konten, *meme* juga disebarkan melalui situs jejaring

sosial seperti *Facebook*, *X*, *Instagram*, dan sebagainya. *Meme* yang disajikan akhir-akhir ini juga semakin beragam tujuannya dari sekedar menghibur para pembacanya, menyindir pihak tertentu, hingga menjadi bahan promosi sesuatu. *Meme* yang tersebar di media sosial pada umumnya berupa suatu gambar yang ditambahkan sebuah tulisan untuk memperjelas konteks dari *meme* tersebut. Inilah yang menyebabkan *meme* terlihat memiliki kebebasan absolut sealama tujuan dari si pembuat dapat tercapai. Tetapi *meme* yang beredar di internet tidak serta merta “bebas”, karena pada dasarnya *meme* mempunyai jenis sendiri. Jenis *meme* tidak hanya sama pada bagian struktur saja namun juga pada tema dan topik yang dibahas (Shifman, 2014: 99). Kemudian membagi jenis *meme* yang beredar di internet menjadi 3 (Shifman, 2014: 118);

1. *Genres that are based on the documentation of “real-life” moments.* *Meme* yang termasuk kedalam jenis ini merupakan *meme* yang berisi gambar mengenai kejadian sehari-hari seperti contohnya *meme* yang mereplikasi kegiatan atau hal-hal tertentu yang terjadi sehari-hari.
2. *Genres that are based on explicit manipulation of visual or audiovisual mass-mediated content.* Jenis *meme* kedua ini merupakan *meme* yang berisi gambar yang sudah terlebih dahulu diedit menggunakan aplikasi pengedit foto.
3. *Genres that evolved around a new universe of digital and meme-*

oriented content. Pada jenis ketiga ini, konten yang terdapat di dalam *meme* merupakan konten khusus yang dalam pembuatannya perlu untuk dipelajari lebih dahulu komponen dan ciri yang terdapat dalam *meme* tersebut. *Meme* yang masuk dalam *genre* ini adalah *meme rage comic* yang memiliki ciri khas gambar yang di buat sendiri.

Dalam prakteknya *meme* yang sering digunakan oleh *Neo Historia Indonesia* adalah kategori 1 dan 2. Untuk kategori 1 sangat umum menggunakan dokumentasi foto dari peristiwa atau tokoh terkenal yang diberikan tulisan untuk memperjelas konteksnya, sedangkan kategori 2 biasa terlihat pada *meme* yang menggunakan ilustrasi kartun yang sudah diedit sedemikian rupa dan ditambahkan tulisan untuk memperjelas konteks yang dimaksud.