

HUMOR DAN VIRALITAS MEME

(Analisis Isi Kuantitatif Gaya Humor, Jenis Humor dan Viralitas Meme Gambar
pada Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016)



Oleh:

Ade Lintang Narariya

D0212002

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2016

PERSETUJUAN

HUMOR DAN VIRALITAS MEME

(Analisis Isi Kuantitatif Gaya Humor, Jenis Humor dan Viralitas Meme Gambar
pada Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016)

Oleh:

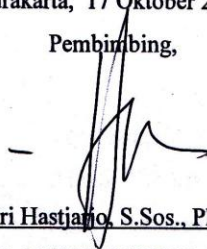
Ade Lintang Narariya

NIM. D0212002

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta, 17 Oktober 2016

Pembimbing,



Sri Hastjanto, S.Sos., Ph.D

NIP. 19710217 199802 1 001


PENGESAHAN

Telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi,
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret

Hari : Senin
Tanggal : 24 Oktober 2016

Panitia Penguji :

Penguji 1 : Drs. Aryanto Budhy Sulihyantoro, M.Si
NIP. 19581123 198603 1 002

()
Ketua

Penguji 2 : Likha Sari Anggreni, S.Sos., M.Soc.Sc.
NIP. 19860226 201404 2 001

()
Sekretaris

Penguji 3 : Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D
NIP. 19710217 199802 1 001

()
Penguji

Mengetahui,
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si
NIP. 19610826 198601 2 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

HUMOR DAN VIRALITAS MEME

(Analisis Isi Kuantitatif Gaya Humor, Jenis Humor dan Viralitas Meme Gambar pada Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016)

Adalah karya saya asli dan bukan hasil plagiasi, baik secara utuh maupun sebagian, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka sebagaimana layaknya karya ilmiah, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lain. Saya bersedia menerima akibat pencabutan gelar sarjana, apabila di kemudian hari terdapat bukti-bukti yang kuat menyatakan bahwa karya saya ternyata bukan karya saya yang asli atau sebenarnya.

Surakarta, 10 Oktober 2016



Ade Lintang Narariya

MOTTO

*“falling down is not a failure,
staying down is.”*

PERSEMBAHAN

*Untuk semua pembawa canda, tawa, dan bahagia,
bagi orang-orang yang mereka cinta.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala petunjuk, berkat, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul HUMOR DAN VIRALITAS MEME (Analisis Isi Kuantitatif Gaya Humor, Jenis Humor dan Viralitas Meme Gambar pada Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016) sebagai syarat kelulusan guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Di samping penyusunan skripsi ini sebagai syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana, skripsi ini menjadi media belajar penulis untuk

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang turut membantu dan mendukung penulis menghadapi beragam lika-liku penelitian. Sebagai bentuk apresiasi atas usaha dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, atas kesediaannya untuk membantu dan mendukung segala keperluan administratif dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi.
2. Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta,

sekaligus pembimbing skripsi penulis yang telah bersedia untuk membantu dan mendukung keperluan administratif serta proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir. Terima kasih atas segala masukan dan koreksi sehingga proses penelitian dan penulisan skripsi berjalan dengan lancar hingga selesai.

3. Tanti Hermawati, S.Sos, M.Si selaku pembimbing akademik penulis selama masa perkuliahan, yang senantiasa membimbing penulis hingga masa perkuliahan berakhir.
4. Tim penguji skripsi, yang bersedia untuk menguji kelayakan skripsi sebagai karya ilmiah serta memberikan masukan dan arahan untuk menyempurnakan penulisan skripsi
5. Mazda Radita Roromari, yang telah membantu penulis dalam proses coding penelitian, menjadi kawan bertukar pikiran dan salah satu sumber penyemangat dalam proses pembuatan skripsi, terima kasih pula karena tetap berdiri saat keadaan merobohkan.
6. Mama, Papa, Dek Yayang, Dek Ready, dan Nenek sebagai keluarga yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis, menjadi motivasi utama dan vitamin saat semangat penulis terkikis.
7. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNS 2012 terutama kelas B, yang selalu menjadi kawan berdiskusi, bercanda, dan berproses bersama selama masa perkuliahan dengan segala tugas-tugasnya yang sangat menyenangkan, hingga tahap akhir penulisan skripsi ini selesai.

8. Seluruh pihak yang sengaja maupun tidak sengaja telah terlibat, membantu, dan mendukung proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis memohon kritik dan saran yang membangun, sehingga penulis dapat melakukan yang lebih baik lagi pada penelitian yang selanjutnya. Penulis juga memohon maaf apabila dalam skripsi ini terdapat hal-hal yang kurang berkenan di hati pembaca.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian pembaca skripsi ini. Semoga bermanfaat.

Surakarta, 10 Oktober 2016

Ade Lintang Narariya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan.....	11
D. Manfaat.....	12
E. Kerangka Teori	13
1. Pesan dan Tujuan Pesan dalam Komunikasi	13
2. Pesan Verbal dan Non Verbal.....	17
3. Internet Meme.....	22

4. Humor	25
5. Gaya Humor	28
6. Jenis Humor	30
7. Viralitas	33
8. Penelitian Terdahulu	37
F. Kerangka Berpikir	40
G. Metode Penelitian	42
1. Jenis Penelitian	42
2. Teknik Penelitian	43
3. Populasi dan Sampel	44
4. Teknik Pengumpulan Data	47
5. Unit Analisis	46
6. Definisi Konseptual	46
7. Definisi Operasional	46
8. Pengkodean	54
9. Teknik Analisis Data	54
10. Uji Reliabilitas	54
11. Keterbatasan Penelitian	57
BAB II DESKRIPSI LOKASI @DAGELAN.....	59
A. Sejarah	59
B. Logo dan Tagline	60
C. Tokoh-tokoh	61
D. Tampilan @Dagelan dalam Instagram	62

E. Tampilan Meme.....	63
F. Platform	65
G. Produk-produk Dagelan.....	67
H. Alamat Perusahaan	67
BAB III PENYAJIAN DATA	68
A. Frekuensi Gaya Humor.....	69
B. Frekuensi Jenis Humor	72
C. Jumlah Rata-Rata ‘Suka’ Kategori Gaya Humor	75
D. Jumlah Rata-Rata Komentar Kategori Gaya Humor	77
E. Jumlah Rata-Rata ‘Suka’ Kategori Jenis Humor.....	80
F. Jumlah Rata-Rata Komentar Kategori Gaya Humor	82
G. Jumlah Frekuensi Kombinasi Kategori Gaya x Jenis Humor.....	84
H. Jumlah Rata-rata ‘Suka’ Kombinasi Kategori Gaya x Jenis Humor	86
I. Jumlah Rata-rata Komentar Kombinasi Kategori Gaya x Jenis Humor.....	89
BAB IV ANALISIS DATA.....	93
A. Uji Signifikansi Perbedaan Distribusi Frekuensi Gaya Humor.....	97
B. Uji Signifikansi Perbedaan Distribusi Frekuensi Jenis Humor	99
C. Uji Beda Jumlah Rata-rata ‘Suka’ Kategori Gaya Humor	100
D. Uji Beda Jumlah Rata-rata Komentar Kategori Gaya Humor	102
E. Uji Beda Jumlah Rata-rata ‘Suka’ Kategori Jenis Humor	104
F. Uji Beda Jumlah Rata-rata Komentar Kategori Jenis Humor	106
G. Uji Signifikansi Perbedaan Frekuensi Kombinasi Gaya x Jenis Humor	108

H. Uji Beda Jumlah Rata-rata ‘Suka’ Kategori Kombinasi Gaya x Jenis	
Humor.....	110
I. Uji Beda Jumlah Rata-rata Komentar Kategori Kombinasi Gaya x Jenis	
Humor.....	113
BAB V PENUTUP.....	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Distribusi Frekuensi Data Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	70
Tabel 3.2	Distribusi Frekuensi Data Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	72
Tabel 3.3	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	75
Tabel 3.4	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	78
Tabel 3.5	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	80
Tabel 3.6	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	82
Tabel 3.7	Distribusi Frekuensi Data Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	84
Tabel 3.8	Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode -1-31 Januari 2016.....	87

Tabel 3.9	Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	90
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Data Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	97
Tabel 4.2	Uji Chi-Square Gaya Humor.....	98
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Data Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	99
Tabel 4.4	Hasil Uji Chi Square Jenis Humor	100
Tabel 4.5	Hasil Rata-rata Jumlah ‘Suka’ per Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 2016	101
Tabel 4.6	Hasil Uji ANOVA Gaya Humor dan Jumlah Rata-rata ‘Suka’	101
Tabel 4.7	Hasil Rata-rata Jumlah Komentar per Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	103
Tabel 4.8	Hasil Uji ANOVA Gaya Humor dan Jumlah Rata-rata Komentar	103
Tabel 4.9	Hasil Rata-rata Jumlah ‘Suka’ per Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	105
Tabel 4.10	Hasil Uji ANOVA Jenis Humor dan Jumlah Rata-rata ‘Suka’	105
Tabel 4.11	Uji Beda Jumlah Rata-rata Komentar Antar Kategori Jenis Humor..	106
Tabel 4.12	Hasil Uji ANOVA Jensi Humor dan Jumlah Rata-rata Komentar.....	107
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Data Kombinasi Kategori Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	108

Tabel 4.14	Hasil Uji Chi Square Kombinasi Gaya x Jenis Humor	109
Tabel 4.15	Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kategori Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	111
Tabel 4.16	Hasil Uji ANOVA Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor	112
Tabel 4.17	Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	114
Tabel 4.18	Hasil Uji ANOVA Jumlah Komentar Kombinasi Gaya x Jenis Humor.....	115

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Bulan Januari 2016	5
Gambar 1.2	Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Bulan Maret 2015	6
Gambar 2.1	Logo dan Tagline Akun @Dagelan	60
Gambar 2.2	Tokoh-tokoh @Dagelan.....	61
Gambar 2.3	Tampilan Muka Akun Instagram @Dagelan	62
Gambar 2.4	Tampilan Meme Akun Instagram @Dagelan	63
Gambar 3.1	Distribusi Frekuensi Data Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	70
Gambar 3.2	Distribusi Frekuensi Data Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	73
Gambar 3.3	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	76
Gambar 3.4	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Gaya Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	78
Gambar 3.5	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	81

Gambar 3.6	Distribusi Frekuensi Data Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	83
Gambar 3.7	Distribusi Frekuensi Data Kombinasi Kategori Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	85
Gambar 3.8	Rata-rata Jumlah ‘Suka’ Kategori Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016	88
Gambar 3.9	Rata-rata Jumlah Komentar Kategori Kombinasi Gaya Humor x Jenis Humor dalam Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016.....	91

ABSTRAK

ADE LINTANG NARARIYA, D0212002. HUMOR DAN VIRALITAS MEME (Analisis Isi Kuantitatif Gaya Humor, Jenis Humor dan Viralitas Meme Gambar pada Akun Instagram @Dagelan Periode 01-31 Januari 2016). Skripsi (S-1). Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. 2016.

Humor merupakan salah satu elemen penting dalam komunikasi. Seiring perkembangan jaman, humor meresap ke dalam media baru yang didukung internet melalui meme (dibaca mim). Penelitian ini menganalisis humor meme di salah satu media sosial di Indonesia yakni Instagram. Penelitian ini menggunakan teori gaya-gaya humor menurut Martin dkk. yakni *affiliative*, *aggressive*, *self-defeating*, dan *self-enhancing*, kemudian teori jenis humor menurut Reick dan disempurnakan oleh Catanescu dan Tom yakni *exaggeration*, *pun*, *sarcasm*, *silliness*, *surprise*, *comparison* dan *personification*, serta teori viralitas menurut Alhabash dan McAlister yakni *viral reach*, *message deliberation* dan *affective evaluation*. Melalui teori tersebut penelitian ini mencari tahu gaya dan jenis humor mana yang paling sering muncul dalam meme pada akun @Dagelan di Instagram. Kemudian penelitian ini juga bertujuan untuk mencari tahu apakah gaya dan jenis humor tertentu serta kombinasi keduanya memiliki kecenderungan terhadap viralitas. 246 sampel meme dipilih dari akun @Dagelan melalui teknik sampel acak sistematis. Teknik analisis yang digunakan adalah uji chi square uji ANOVA satu jalur. Hasilnya, gaya humor *affiliative*, jenis humor *sarcasm* dan kombinasi *aggressive-silliness* adalah kategori yang paling sering muncul pada meme. Kemudian gaya humor, jenis humor, maupun kombinasi gaya x jenis humor tertentu tidak memiliki kecenderungan terhadap viralitas meme gambar yang diunggah oleh akun Instagram @Dagelan.

Kata Kunci : Analisis Isi, Humor, Viralitas, Meme, Instagram

ABSTRACT

ADE LINTANG NARARIYA, D0212002. HUMOUR AND VIRALITY OF MEMES (*Quantitative Content Analysis of Styles of Humour, Types of Humour, and Virality of Memes on Instagram Account @Dagelan Period 01-31 January 2016*). Thesis (S-1). Communication Science Program. Faculty of Social and Politics Science. Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. 2016.

Humour is one of the most important element of communications. Through the years of innovative discovery in the world, humour has appeared as new phenomenon in the new media channel supported by internet, called meme (-read mim). This research analyzes humorous memes in one of the biggest social media used by Indonesian, Instagram. This research uses styles of humour theory by Martin and friends, which are affiliative, aggressive, self-defeating, and self-enhancing, this research also uses types of humour theory by Reick which was refined by Catanescu and Tom, exaggeration, pun, sarcasm, sillines, surprise, comparison and personification, and also virality theory by Alhabash and McAlister which are viral reach, message deliberation and affective evaluation. This research tries to find out types and styles of humour which is most frequently used by users at @Dagelan. This research also tries to find out whether any styles of humour, any types of humour, and any combination of both has significant effect to virality. 246 memes have been chosen from @Dagelan by systematic random sampling, and tested using Chi Square and one-way ANOVA statistic. The result shows that affiliative style of humour, sarcasm type of humour, and combination of aggressive-silliness humour are the most frequent category shown by memes at @Dagelan. The next result shows that none of any styles, any types and any combination of both of humour has significant effect to virality of memes on Instagram Account @Dagelan.

Keywords : *Content Analysis, Humour, Virality, Memes, Instagram*