



Submitted: 15/09/2026

Accepted: 16/10/2026

Published: 30/10/2026

Research Article

Konstruksi Wacana Humor dan Identitas Digital Generasi Muda pada Meme Motivasi dan Kata-kata Bijak Versi Parodi di Instagram @its_onemee

Puji Retno Hardiningtyas¹, Krismonika Khoirunnisa^{*2}

^{1,2} Balai Bahasa Provinsi Jawa Timur, Indonesia

*Correspondence Author, E-mail: krismonicakhpurunisa@gmail.com

Abstrak

Latar Belakang: Humor telah menjadi sarana komunikasi dan pembentukan identitas yang signifikan di media sosial. Salah satu bentuknya adalah meme berbahasa Indonesia bergenre motivasi dan kata-kata bijak. Meme sering kali dibelokkan isinya menjadi lelucon, sindiran, atau pengakuan diri secara jenaka. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan strategi kebahasaan yang membentuk humor pada meme motivasi versi parodi, (2) mendeskripsikan relasi verbal-visual dalam menciptakan efek humor, dan (3) mendeskripsikan konstruksi identitas digital generasi muda melalui wacana humor. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode analisis wacana kritis multimodal (multimodal critical discourse analysis). Data penelitian berupa meme bergenre motivasi dan kata-kata bijak dengan visual tokoh kartun berkepala bulat, yang diunggah pada akun Instagram @its_onemee dan dikumpulkan berdasarkan unggahan terbaru pada awal September 2026. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor pada meme dibangun melalui tiga strategi kebahasaan, yaitu (1) perumpamaan eksplisit yang memanfaatkan pola kalimat motivasi yang menyimpang dari makna yang diharapkan, (2) kalimat pembangun ritme menuju punchline, dan (3) strategi menciptakan kontras dan serius-jenaka dalam meme. **Kesimpulan:** Penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan dan menyimpulkan bahwa meme motivasi versi parodi berfungsi sebagai ruang antara hiburan dan pengakuan diri bagi generasi muda masa kini, yaitu tempat di mana generasi muda mengelola kerentanan psikologis melalui humor tanpa harus kehilangan citra diri dan relevan secara sosial.

Kata kunci: humor, identitas digital, meme parodi, rasionalisasi, wacana multimodal

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memproduksi, menyebarkan, dan memaknai bahasa. Pesan tidak lagi hanya disampaikan melalui tuturan atau teks tercetak, tetapi melalui perpaduan tulisan, gambar, warna, tata letak, ekspresi wajah, dan gestur dalam satu unggahan. Salah satu bentuk komunikasi digital yang berkembang dalam situasi tersebut adalah meme. Meme memadukan unsur verbal dan visual secara ringkas, kreatif, dan mudah disebarkan sehingga tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana menyampaikan keluhan, sindiran, sikap, dan identitas. Salah satu genre

yang banyak beredar ialah meme kutipan parodi berkarakter kartun. Meme ini meniru struktur kata-kata bijak atau kutipan motivasi, tetapi isinya dibelokkan menjadi jenaka, getir, pasrah, atau menyindir diri sendiri. Teks tersebut biasanya dipadukan dengan karakter kartun yang menampilkan pose dan ekspresi tertentu sehingga menghasilkan hubungan makna yang berlapis antara bahasa dan visual.

Fenomena tersebut telah dibahas dari berbagai perspektif dalam penelitian terdahulu. Santikul (2024), dalam penelitian berjudul *The Building Blocks of Language and Creativity: A Multimodal Critical Discourse Analysis of Toy Advertisements*, menyatakan bahwa media sosial menjadi sarana komunikasi yang efektif karena kontennya dapat diakses dan dibagikan oleh siapa saja, sedangkan unggahan gambar umumnya memadukan citra kreatif dengan teks persuasif. Ayuni dan Darmayanti (2022:264) menjelaskan bahwa analisis wacana multimodal bertujuan mengeksplorasi makna di balik beragam mode komunikasi dalam konteks sosial dan kultural. Dalam kajian humor, Jayana (2023:169) memandang humor meme sebagai bagian dari proses komunikasi yang bersifat partisipatif dan intertekstual karena setiap meme menggunakan, merujuk, dan memodifikasi format atau genre tertentu sesuai dengan konteksnya. Secara linguistik, humor meme juga memanfaatkan ragam formal dan santai serta gaya bahasa seperti perumpamaan, paralelisme, repetisi, hiperbola, dan eufemisme untuk membangun ritme menuju *punchline*. Karakteristik tersebut sesuai dengan pandangan Rohmadi (2010:286) bahwa humor memiliki norma khas berupa kejutan, ketidakmasukakalan, rangsangan verbal, dan kreasi. Jupriono dan Sukatman (2021:18) juga menegaskan bahwa humor verbal memanfaatkan fleksibilitas bahasa untuk menyampaikan berbagai tujuan, termasuk amarah, manipulasi, dan humor. Sementara itu, Feldman (2024:2) menjelaskan bahwa humor bertumpu pada pengalaman bersama dan stereotip yang membentuk identitas serta persepsi terhadap diri sendiri dan pihak lain.

Meskipun kajian mengenai meme dan humor digital telah berkembang, penelitian tentang meme kutipan parodi berbahasa Indonesia yang menggunakan karakter kartun masih terbatas. Penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada meme politik, meme yang menampilkan tokoh publik, atau unsur kebahasaan yang dianalisis secara terpisah dari unsur visual dan konstruksi identitas penggunaannya. Padahal, teks, gambar, ekspresi tokoh, gaya bahasa, dan identitas saling berkaitan dalam membentuk efek humor. Berdasarkan kesenjangan tersebut, masalah penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan mengenai bagaimana unsur verbal dan visual membentuk humor dalam meme kutipan parodi berkarakter kartun serta bagaimana perpaduan kedua unsur tersebut merepresentasikan sikap dan identitas di ruang digital. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi strategi kebahasaan, menjelaskan hubungan antara teks dan visual dalam menghasilkan *punchline*, serta mengungkap konstruksi sikap dan identitas yang ditampilkan melalui meme tersebut di Instagram.

Penelitian ini berangkat dari argumentasi bahwa bahasa tidak pernah sepenuhnya netral karena pilihan kata, susunan kalimat, dan bentuk penyajian pesan selalu membawa pandangan tertentu tentang dunia, pihak yang berbicara, dan pihak yang diajak berbicara. Pandangan tersebut menjadi dasar analisis wacana kritis (*critical discourse analysis/CDA*), yang mengkaji bagaimana kekuasaan sosial dibangun dan dipertahankan melalui bahasa. Namun, CDA belum sepenuhnya menjangkau makna yang dibentuk oleh unsur nonverbal. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Multimodal Critical Discourse Analysis* (MCDA) untuk membaca bahasa, gambar, warna, ekspresi, dan gestur sebagai satu kesatuan. Penelitian ini mengasumsikan bahwa humor dalam meme tidak semata-mata lahir dari teks, melainkan dari kesesuaian atau pertentangan antara pesan verbal dan visual. Tokoh kartun yang dipasangkan dengan ungkapan getir, misalnya, dapat menciptakan kontras yang

menghasilkan kelucuan sekaligus menjadi sarana persuasi, opini, refleksi diri, dan pembentukan identitas. Dengan demikian, meme dipandang bukan sekadar gambar lucu, melainkan wacana multimodal yang merepresentasikan pengalaman sosial dan cara pengguna media digital memandang dirinya maupun orang lain.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode analisis wacana kritis multimodal (*multimodal critical discourse analysis*). Pendekatan ini dipilih karena objek kajian berupa meme tidak dapat dipahami secara utuh hanya melalui unsur verbal (teks), tetapi juga memerlukan pembacaan terhadap unsur visual (ekspresi, pose, dan karakter kartun) serta konteks sosial di dalamnya. Pendekatan deskriptif-kualitatif memungkinkan peneliti untuk menguraikan secara rinci bagaimana strategi kebahasaan dan relasi verbal-visual membentuk humor serta identitas digital. Data penelitian ini berupa meme berbahasa Indonesia bergenre motivasi dan kata-kata bijak versi parodi yang diunggah pada akun Instagram @its_onemee. Meme yang dijadikan data memiliki ciri khas berupa visual tokoh kartun berkepala bulat dengan ekspresi dan pose yang bervariasi, dipadukan dengan teks singkat yang meniru struktur kutipan motivasi namun dibelokkan isinya menjadi jenaka, pasrah, atau menyindir diri sendiri. Data dikumpulkan berdasarkan unggahan terbaru pada akun tersebut, yaitu pada rentang awal September 2026.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan menelusuri dan mengunduh unggahan meme dari akun Instagram @its_onemee. Pemilihan data didasarkan pada kriteria (1) meme menggunakan pola bahasa motivasi atau kata-kata bijak yang diparodikan, (2) meme menampilkan visual tokoh kartun sebagai representasi pesan verbal, dan (3) meme memuat unsur ketidaksesuaian (*incongruity*) antara ekspektasi pembaca dan isi pesan yang berpotensi menimbulkan efek humor. Data yang telah dikumpulkan kemudian ditranskripsi teksnya dan didokumentasikan visualnya untuk keperluan deskripsi dan analisis.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, analisis linguistik dilakukan terhadap pilihan kata (diksi), gaya bahasa (seperti perumpamaan, paralelisme, repetisi, hiperbola, dan eufemisme), serta struktur kalimat yang membangun ritme menuju *punchline*. Kedua, dilakukan identifikasi *script opposition* dalam kerangka teori humor guna menemukan titik ketidaksesuaian (*incongruity*) antara skrip yang dibangun di awal teks dan skrip yang muncul di bagian penutup sebagai sumber efek komik. Ketiga, dilakukan analisis relasi verbal-visual untuk melihat bagaimana bahasa tubuh dan ekspresi tokoh kartun memperkuat atau mengontraskan makna teks. Keempat, dilakukan analisis konstruksi identitas digital dengan merujuk pada kerangka presentasi diri Goffman (1956) serta konsep *curated self* dari Hogan (2010), untuk mengidentifikasi dimensi identitas yang muncul (jujur, *relatable*, rentan, dan komunal). Kelima, dilakukan interpretasi terhadap resepsi audiens melalui pengamatan pola respons dan praktik berbagi (*share*, komentar, tag teman) sebagai indikator performa identitas dan solidaritas sosial. Keseluruhan tahap analisis tersebut kemudian diinterpretasikan dengan merujuk pada kerangka teori humor, media, dan identitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi dan Konsep Humor

Definisi mengenai konsep humor memiliki banyak ragam. Secara sederhana, humor dapat dipahami sebagai kemampuan atau kualitas yang dimiliki oleh orang, benda, atau situasi untuk menimbulkan rasa senang atau geli pada orang lain. Istilah ini mencakup suatu bentuk hiburan atau komunikasi manusia yang menimbulkan perasaan tersebut, atau yang membuat orang tertawa maupun merasa bahagia. Hal ini sejalan dengan pendapat Listiyorini

(2017:66) yang menyatakan bahwa humor pada meme merupakan aktivitas kehidupan yang sering dilakukan oleh masyarakat, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Humor adalah bagian yang erat dengan kaitannya dalam keseharian masyarakat dan sering dipraktikkan dalam kehidupan sosial. Melalui humor, seseorang dapat menyampaikan gagasan dan pikirannya, baik secara verbal maupun melalui cara lain yang mengandung ajakan sekaligus menumbuhkan simpati dan hiburan. Humor dalam bentuk meme mampu membuat orang tertawa.

Pendapat lain dinyatakan oleh Abbas (2025:2243), yaitu humor merupakan salah satu fenomena komunikasi manusia yang paling kompleks dan menarik untuk dikaji. Di balik sebuah lelucon yang tampak sederhana, terdapat proses berlapis yang melibatkan berbagai dimensi kemampuan manusia. Humor memadukan kreativitas linguistik, pemrosesan kognitif, dan interaksi sosial menjadi satu tindak wacana yang unik.

Konstruksi Wacana Humor dengan Realita Masyarakat

Konstruksi humor pada meme ini dibangun melalui ketidaksesuaian antara bentuk wacana motivasi dengan isi pesan yang disampaikan. Secara umum, kata-kata bijak atau motivasi di media sosial menggunakan pola seperti *"jadilah seperti ..."* untuk memberikan teladan kepada pembaca.

**jadilah seperti ambulans.
jarang tampil tapi sekali tampil
minggir semua**



Gambar 1. Meme kata-kata bijak dan motivasi

Sumber: Instagram @its_onemee

Pola tersebut dipertahankan dalam meme, tetapi objek perbandingannya adalah ambulans. Kalimat *"jadilah seperti ambulans"* merupakan pembangun ekspektasi bahwa ambulans akan dijadikan sebuah simbol atau teladan tertentu. Namun, pembaca kemudian diarahkan kepada penjelasan *"jarang tampil tapi sekali tampil minggir semua"*. Di sinilah muncul unsur humornya. Ambulans pada kenyataannya merupakan kendaraan yang memiliki fungsi khusus dalam situasi darurat. Ketika ambulans melintas dengan sirene, kendaraan lain sering kali memberikan jalan. Kondisi tersebut kemudian dipindahkan ke dalam konteks kehidupan sosial manusia, sebagai representasi ambulans yang tidak lagi semata-mata dipahami sebagai kendaraan medis, tetapi digunakan sebagai metafora bagi seseorang yang

tidak sering muncul, tetapi ketika muncul mampu memperoleh perhatian atau membuat orang lain memberikan ruang.

Hal ini sejalan dengan pendapat Biegajlo (2013:89) dalam penelitiannya yang berjudul *The Pragmatics of Humour across Discourse Domains: About a Book by Marta Dynel*, yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap ironi tidak dapat dibatasi pada satu dimensi saja, yakni sekadar pembalikan makna antara apa yang diucapkan dengan apa yang dimaksud, melainkan perlu dipandang sebagai entitas konseptual yang lebih luas, bergantung pada konteksnya.

Berdasarkan kerangka tersebut, humor dalam kalimat "jadilah seperti ambulans" dapat dipahami sebagai bentuk ironi yang tidak sekadar membalik makna secara langsung, melainkan membangun ekspektasi (bahwa ambulans akan menjadi simbol kebaikan, sebelum akhirnya dipatahkan oleh penjelasan kalimat "jarang tampil tapi sekali tampil minggir semua". Struktur kalimat ini menyerupai bentuk ironi, yaitu perumpamaan ambulans sebagai tokoh utama secara langsung dengan proposisi yang dimaksudkan "seseorang yang jarang muncul namun berpengaruh besar saat muncul". Ketidaksesuaian inilah yang pada akhirnya memaksimalkan efek humor, sekaligus menjadikan ambulans sebagai metafora sosial tentang bagaimana kehadiran seseorang dapat memperoleh perhatian (kondisi genting).

Meme tersebut dapat dikategorikan sebagai meme motivasi versi parodi karena menggunakan pola bahasa yang menyerupai kata-kata bijak atau nasihat motivasi, tetapi isi pesannya mengalami pergeseran makna menjadi humor dan sindiran ringan. Pesan yang semula berpotensi berbentuk nasihat terkait kehidupan diubah menjadi perbandingan dengan objek sehari-hari, yaitu ambulans.

Humor tersebut muncul karena terdapat ketidaksesuaian antara ekspektasi pembaca terhadap kata-kata motivasi dan perbandingan yang tidak lazim dengan ambulans. Penggunaan ambulans sebagai objek teladan menciptakan kejutan sebagai pembaca. Pembaca pada awalnya dapat mengantisipasi bahwa kalimat tersebut akan memberikan nasihat serius. Namun, bagian akhir dinyatakan dengan kalimat "sekali tampil minggir semua", yang mengubah suasana menjadi komedi. Efek humor tersebut muncul karena prinsip yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kekuatan, keberhasilan, atau kewibawaan seseorang direpresentasikan melalui perilaku kendaraan darurat. Dengan kata lain, meme ini memanfaatkan struktur bahasa motivasional untuk menyampaikan gagasan yang bersifat jenaka.

Konstruksi Identitas Digital Generasi Muda

Konstruksi identitas digital pada meme ini dapat dibaca melalui kerangka presentasi diri Goffman (1956:107) dan konsep *curated self* dari Hogan (2010:380). Goffman membedakan wilayah *front stage*, yaitu tempat individu tampil di hadapan audiens dengan citra yang dikelola, dan *backstage*, yaitu tempat individu melepas peran dan menjadi dirinya apa adanya. Di media sosial, batas keduanya menjadi kabur. Instagram merupakan panggung depan yang dapat dilihat banyak orang, tetapi pengguna kerap memasukkan unsur panggung belakang ke dalamnya. Karakteristik meme tidak hanya menyadarkan pembaca sebagai bahan hiburan, melainkan sebagai properti presentasi diri yang dipilih pengguna untuk menyatakan "beginilah aku".

**Umur dewasa, hati balita,
kelakuan remaja. Isi pikiran
lansia.**



Gambar 2. Meme identitas dan representasi remaja
Sumber: Instagram @its_onemee

Dimensi pertama adalah identitas. Adanya meme versi kata-kata bijak dan motivasi tampak menjadi saran kejujuran yang sedikit banyak diakui oleh pembaca. Humor meme tidak menulis curhatan secara mentah, melainkan memilih meme dengan ringkas, estetik, dan aman di mata publik. Pada teks humor di atas, pengakuan "umur dewasa, hati balita, kelakuan remaja, isi pikiran lansia" terdengar sangat jujur. Kejujuran itu lah yang menghasilkan kesan humor penuh, sebab pengguna hanya menampilkan sisi kacau yang dapat diterima secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa otentisitas di media sosial bersifat performatif, yang menentukan bukan seberapa jujur seseorang, tetapi seberapa meyakinkan untuk tampak jujur.

Dimensi kedua adalah identitas *relatable*, yaitu identitas yang dibangun melalui kesan "aku sama seperti kamu" atau "ini kita banget". Nilai utamanya terletak pada kesamaan pengalaman. Respons audiens berupa komentar seperti "relate banget" atau "kok tahu sih" menegaskan bahwa meme berhasil mewakili pengalaman para pembaca. Semakin luas pengalaman yang diwakili, semakin besar peluang meme dianggap sesuai atau *relate*.

Dimensi ketiga adalah identitas rentan. Kerapuhan yang digambarkan oleh humor pada meme tidak pernah disembunyikan oleh penulis atau kreator, tetapi dibingkai ulang sebagai ciri kepribadian yang menarik dan lucu yang layak dipamerkan. Frasa "hati balita" mengakui kerapuhan emosional, sedangkan "isi pikiran lansia" mengakui beban pikiran. Hal ini selaras dengan meningkatnya keterbukaan generasi muda terhadap isu kesehatan mental dan *inner child*. Kerentanan yang menandakan keberanian jujur pada diri sendiri, tetapi hanya dalam batas yang masih dianggap layak tampil meskipun sebenarnya rapuh.

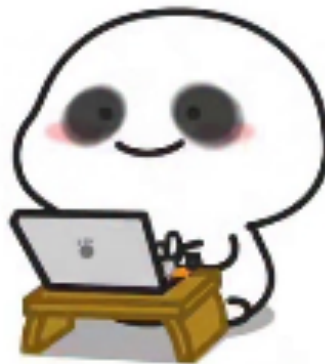
Dimensi keempat adalah identitas komunal, yaitu identitas yang terbentuk melalui keanggotaan dalam kelompok yang berbagi pengalaman, humor, respek, dan budaya yang sama. Membagikan atau *me-repost* meme yang sama menandakan bahwa pengguna merupakan bagian dari kelompok yang memahami pengalaman tersebut. Fitur *tag* teman,

share to story, dan kolom komentar menjadi wadah komunikasi bersama, dengan kelompok yang muncul secara tidak langsung adalah "sesama *overthinker*". Humor menciptakan batas simbolik antara mereka yang paham dan yang tidak. Orang yang menertawakan hal yang sama merasa terhubung, sehingga meme berfungsi sebagai perekat sosial. Dalam perspektif analisis wacana, hal ini tampak pada terbentuknya komunitas di ruang komentar. Identitas individu pun diperkuat oleh identitas kelompok, dan pengguna merasa tidak sendirian.

Tujuan dan Aspek Humor pada Meme

Media sosial merupakan salah satu ruang untuk lahir dari berbagai bentuk humor visual, salah satunya adalah kombinasi antara karakter kartun dengan teks bernada sindiran terhadap realita kehidupan sehari-hari. Fenomena ini banyak ditemukan dalam konten yang menyasar pengalaman pekerja kantoran, yang mana kelompok tersebut sering menghadapi tekanan kerja tinggi namun tidak selalu memiliki ruang untuk mengungkapkannya secara terbuka.

**demi gaji yang imut itu,
jangan sakit pinggang, sakit
hati pun tetap kerja.**



Gambar 3. Meme realita pekerjaan kantoran

Sumber: Instagram @its_onemee

Gambar meme di atas merupakan salah satu contoh dari fenomena dan representasi dari realita pekerja kantoran. Karakter yang digambarkan tersenyum tenang di depan laptop, dipadukan dengan teks "demi gaji yang imut itu, jangan sakit pinggang, sakit hati pun tetap kerja." Jika ditelaah lebih jauh, terdapat lapisan makna, yaitu sebuah kritik halus terhadap budaya kerja yang menuntut pengorbanan besar dengan imbalan yang tidak sepadan.

Gambar meme di atas berhasil menyampaikan pesan kritis melalui pendekatan humor, yaitu dengan menyampaikan tujuan di balik penggunaan humor dan aspek humor yang membentuknya secara teoretis, khususnya melalui pendekatan *incongruity theory* (teori pertentangan) dan *relief theory* (teori pelepasan tekanan). Kedua pendekatan ini dipilih karena paling relevan menjelaskan mengapa gambar sederhana ini bisa terasa lucu sekaligus

menyentuh pengalaman nyata banyak orang. Hal ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Nielsen dan Don (2019:28), yang menyatakan bentuk seni termasuk dengan gambar dan musik memiliki ciri khas dalam konsepnya, yaitu pertentangan dan cara penyelesaiannya. Hal ini perlu dilakukan agar penjelasan mengapa (representasi dari humor tersebut) dapat terjadi, khususnya untuk memberikan pemahaman bagi pembacanya.

Gambar tersebut memiliki beberapa tujuan yang saling berkaitan dalam menyampaikan pesannya melalui pendekatan humor. Pertama, sebagai bentuk kritik sosial halus, gambar ini menyorot fenomena nyata di dunia kerja, yaitu gaji yang tidak sebanding dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan. Kata "imut" yang disematkan pada gaji merupakan bentuk sindiran terselubung, yang secara tidak langsung menyatakan bahwa gaji tersebut kecil atau receh, namun dibungkus dengan kata yang manis agar tidak terdengar seperti keluhan frontal terhadap sistem kerja atau perusahaan.

Kedua, gambar ini berfungsi sebagai sarana katarsis dan validasi emosional bagi pembacanya. Tujuan psikologis dari humor ini adalah memberi ruang bagi seseorang untuk mengakui rasa lelah dan tertekannya tanpa harus terdengar dramatis atau berlebihan, sehingga perasaan tersebut dapat tersalurkan dengan cara yang lebih ringan dan diterima secara sosial.

Ketiga, humor dalam gambar ini turut membangun solidaritas komunitas pekerja. Karena tema yang diangkat sangat spesifik pada pengalaman kerja sehari-hari contohnya seperti sakit pinggang akibat duduk terlalu lama atau sakit hati akibat tekanan pekerjaan. Gambar ini berfungsi sebagai penanda identitas kelompok. Siapa pun yang pernah mengalami situasi serupa akan langsung merasa terwakili dan merasa "ini gue banget", sehingga tercipta ikatan emosional antar sesama pekerja yang melihatnya.

Terakhir, gambar ini juga berperan sebagai alat *coping mechanism* digital di era media sosial. Membagikan gambar semacam ini menjadi cara yang populer untuk "curhat" secara tidak langsung tanpa harus menuliskan informasi panjang yang terlalu personal atau terkesan mengeluh secara terbuka.

Konsep Representasi Bahasa Tubuh Humor pada Meme

Tidak semua humor lahir dari kelucuan, sebagian justru lahir dari kejujuran yang dibungkus dengan gaya santai, seolah tidak ada beban di baliknya. Fenomena ini kerap muncul dalam konten visual yang menampilkan karakter kartun dengan gestur "sok cool", namun menyimpan pesan teks yang sebenarnya menyentuh sisi rentan dari kehidupan dewasa. Misalnya ketakutan terkait dengan finansial, gengsi sosial, dan kebiasaan menyembunyikan kelelahan emosional di balik topeng percaya diri.

Umur segini yang ditakutin cuman gak
punya duit, kalo masalah diomongin
mah udah biasa, kan kita keren.



Gambar 4. Meme bahasa tubuh
Sumber: Instagram @its_onemee

Jika diperhatikan lebih saksama, bahasa tubuh karakter dalam meme di atas justru "berbicara" lebih keras dibandingkan teksnya sendiri. Jari yang menempel di bawah hidung menciptakan gestur khas sombong tapi tetap santai, mirip gaya orang yang seolah membaui uang atau bersikap "santai saja", sementara posisi duduk bersila dan mata setengah tertutup memberi kesan malas. Kombinasi ini membentuk apa yang bisa disebut sebagai gaya "sok keren" yang sebenarnya defensif, yaitu pose "jaim" khas orang yang sebenarnya lelah namun berusaha tetap terlihat baik-baik saja di hadapan orang lain.

Sementara itu, teks "umur segini yang ditakuti cuman gak punya duit, kalo masalah diomongin mah udah biasa, kan kita keren" memiliki struktur pembelaan diri. Kalimat ini diawali dengan pengakuan jujur bahwa ketakutan terbesar di usia dewasa bukan lagi soal hal-hal kecil seperti dijauhi teman atau dibicarakan orang, melainkan kondisi finansial. Kalimat berikutnya menormalisasi persoalan "diomongin udah biasa" menyiratkan bahwa karakter ini sudah terlalu sering menjadi bahan omongan. Kalimat penutup, "kan kita keren", pun bukan pernyataan percaya diri yang murni, melainkan kalimat retorik yang mencari pembenaran, sebuah usaha meyakinkan diri sendiri sekaligus pembaca bahwa bersikap masa bodoh terhadap omongan orang adalah bentuk keren yang tercermin bagi sendiri. Fenomena tersebut sering kali dikaitkan dengan konsep psikologis, yaitu rasionalisasi *defense mechanism*, yang dalam penelitian Kayam, dkk (2014:2), menyatakan bahwa retorika dapat dipahami sebagai bentuk "manipulasi verbal", yakni teori penggunaan kata-kata secara lisan maupun tertulis untuk memengaruhi atau meyakinkan orang lain secara efektif. Retorika menjadi alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi, memengaruhi, sekaligus membujuk, bergantung pada kemampuan berkomunikasi para penggunanya.

Berdasarkan pandangan tersebut, kalimat "kan kita keren" dapat dipahami bukan sekadar ekspresi spontan, melainkan sebagai bentuk manipulasi verbal yang disengaja, yang digambarkan karakter dalam teks tidak hanya berusaha meyakinkan dirinya sendiri, tetapi juga "membujuk" pembaca atau pendengar untuk menerima narasi bahwa sikap masa bodoh terhadap omongan orang adalah tanda kedewasaan. Di sinilah rasionalisasi sebagai mekanisme pertahanan diri berpadu dengan fungsi retorik bahasa, yang keduanya bekerja

sama untuk mengubah kerentanan emosional menjadi citra diri yang tampak kuat dan percaya diri.

Adanya rasionalisasi tersebut, daya tarik lainnya muncul, yaitu bagaimana si creator menggambarkan mekanisme pertahanan psikologis yang dikemas seolah-olah sebagai kepercayaan diri. Alih-alih mengakui secara langsung bahwa dirinya capek dan *insecure* soal uang, karakter ini memilih narasi bahwa yang penting mereka tetap keren karena sudah kebal terhadap gosip. Pola semacam ini adalah bentuk humor sebagai topeng kerentanan, sebuah kecenderungan yang sangat umum ditemukan pada generasi muda yang tumbuh dalam budaya gengsi sosial media, di mana mengakui rasa *insecure* secara terbuka terasa sulit, sehingga dibungkus dengan jargon "santai" dan "keren". Efek humor dan sekaligus sindiran dari gambar ini lahir dari kontras antara pose "keren-santai" dengan isi curhatan yang sebenarnya cukup rentan, yakni ketakutan akan kemiskinan serta pengalaman sering digosipin.

Fungsi Sosial Humor pada Meme

Fungsi humor pada meme adalah menciptakan solidaritas di antara para partisipan. Ketika seseorang melontarkan sebuah candaan dan lawan bicaranya menyambutnya dengan tawa, tanggapan, atau candaan lanjutan, keduanya sedang terlibat dalam kegiatan yang sama dan saling menegaskan kedekatan. Pertukaran humor pada dasarnya dibangun bersama (*co-constructed*). Mengingat para partisipan tidak hanya menerima humor dari penutur lain, tetapi juga mengembangkannya, mengulangnya, mengomentarnya, atau sekadar menunjukkan apresiasi.

Setiap bentuk tanggapan tersebut memperkuat humor yang telah dihasilkan sekaligus mempererat hubungan di antara para pesertanya. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dinyatakan oleh Attardo (2017:18) yang menyatakan bahwa humor pada meme sering digunakan untuk menggambarkan realita. Dengan dukungan karakter yang diciptakan oleh penulis atau kreator, humor pada meme dapat bertujuan untuk memperkuat identitas, realita, dan mengundang tanggapan, khususnya dari pembaca.

hidup ngasih banyak banget
pelajaran, tapi aku pelupa



Gambar 5. Meme humor
Sumber: Instagram @its_onemee

Meme merupakan salah satu bentuk komunikasi humor yang paling digemari di media sosial. Humor meme "hidup ngasih banyak banget pelajaran, tapi aku pelupa" menghadirkan kelucuan untuk memberikan fungsi sosial humor, yaitu fungsi hiburan, ekspresi diri, relatabilitas, hingga respons, dan solidaritas sosial antarpengguna yang membagikannya. Melalui gambar dan teks, meme ini berhasil menyampaikan pesan reflektif tentang kehidupan dengan cara yang ringan, jenaka, dan mudah dipahami oleh khalayak luas.

Meme merupakan salah satu bentuk humor yang paling populer di media sosial. Berbeda dengan lelucon lisan. Humor dalam meme yaitu melalui perpaduan gambar, teks, dan konteks budaya yang dipahami bersama oleh penggunanya. Perpaduan ini membuat meme mampu menjalankan beragam fungsi sosial sekaligus. Fungsi yang paling mendasar adalah fungsi hiburan. Meme menghadirkan kelucuan yang cepat, ringkas, dan mudah dibagikan. Kelucuan itu biasanya muncul dari ketidakselarasan antara gambar dan teks, atau antara situasi yang digambarkan dan ekspektasi pembaca.

Meme juga berfungsi sebagai sarana ekspresi diri. Melalui meme, seseorang dapat menyampaikan perasaan, pengalaman, atau pendapat yang sulit diungkapkan secara langsung. Banyak meme bertumpu pada pengalaman yang dirasakan bersama (*relatable*), sehingga pengguna dapat mengatakan "ini saya banget" tanpa harus menjelaskan panjang lebar. Hal ini sesuai dengan pendapat Floranti, dkk (2021: 144), yang menyatakan bahwa efek humor dalam *meme* tidak hanya dipicu oleh teks atau gambar, namun juga berhubungan dengan representasi mental antara kreator dan pembaca.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa meme motivasi dan kata-kata bijak versi parodi bukan sekadar hiburan ringan, melainkan wacana humor yang kompleks dengan cara memadukan strategi kebahasaan, relasi verbal-visual, dan konstruksi identitas untuk mengubah kerentanan emosional generasi muda (terkait isu finansial, tekanan kerja, gengsi sosial, maupun kesehatan mental) menjadi bentuk ekspresi diri yang jenaka, aman secara sosial, dan mudah diterima oleh khalayak luas. Humor dalam konteks ini berfungsi sebagai mekanisme pertahanan psikologis (rasionalisasi) yang membungkus kerapuhan di balik topeng percaya diri, sekaligus sebagai perekat sosial yang menumbuhkan rasa solidaritas dan koneksi antarindividu di ruang digital. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa identitas digital generasi muda dibentuk secara performatif dan kreatif, di mana humor menjadi bahasa bersama untuk menegosiasikan kerentanan, keaslian diri, dan rasa memiliki khususnya di media sosial.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan data, misalnya dengan membandingkan strategi humor pada akun meme lain atau platform media sosial yang berbeda, guna melihat variasi pola kebahasaan dan konstruksi identitas yang memungkinkan muncul dalam berbagai konteks. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan pendekatan kuantitatif atau campuran (*mixed-method*) untuk mengukur tingkat resepsi audiens secara lebih terukur, misalnya melalui analisis jumlah share, komentar, atau audiens, sehingga temuan kualitatif dapat diperkuat dengan data empiris yang lebih luas.

REFERENCES

Abbas, S. A. (2025). "The Role of Opposition Script in Humor: A Discourse-Based Argument for Cognitive Complexity". *Lex Localis-Journal of Local Self-Government*, 23(56), 2242—2255. <https://lex-localis.org/index.php/LexLocalis/article/view/802110>

- Attardo, Salvatore. (2017). "Humor in Language". *Oxford Research Encyclopedia of Linguistics*, 1—18. <https://web.stanford.edu/class/linguist197a/attardehumorinlanguage.pdf>
- Ayuni, A. Q. dan Nani Darmayanti. (2024). "Analisis Multimodal Wacana Kritis Iklan Layanan Masyarakat Bertema Vaksinasi Covid-19 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia". *Deiksis*, 14(3), 262—273. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/11923>
- Biegajlo, M. (2013). "The Pragmatics of Humour Across Discourse Domains: about a Book by Marta Dynel". *International Studies in Humour*, 2(1), 87—99. <https://scispace.com/pdf/the-pragmatics-of-humour-across-discourse-domains-about-a-5bu4jlqf2x.pdf>
- Feldman, Ofer. (2024). "Communicating Political Humor in the Media How Culture Influences Satire and Irony". *Springer*, 1—18. <https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-22872270-26fa7e2535.pdf>
- Floranti, A. D., dkk. (2021). "Interpretasi Wacana Humor Meme melalui Kajian Teori Relevansi". *Jurnal Sasindo Unpam*, 9(2), 143—157. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Sasindo/article/view/15295>
- Goffman, E. (1956). *The Representation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh. https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
- Hogan, B. (2010). "The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online". *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377—386. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0270467610385893>
- Jayana, W. S. dan I Dewa Putu Wijana. (2023). "Analisis Wacana Humor dalam Acara Laporan Pak! di Trans 7". *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 11(1), 168—186. <https://jurnal.uns.ac.id/Basastra/article/view/70195>
- Jupriono dan Sukatman. (2021). "Paronomasia dalam Wacana Humor di Media Sosial". Tanda: *Jurnal Kajian Budaya, Bahasa, dan Sastra*, 1(3), 17—26. <https://aksiologi.org/index.php/tanda/article/view/169>
- Kayam, O., Galily, Yair & Arie Sovier. (2014). "Humor, Media and The Public Discourse: A Case Study of Humor and Politics". *French Journal for Media Research*, 1—16. https://hal.science/hal-01653804v1/file/pdf_Galily.pdf
- Listiyorini, Ari. (2017). "Wacana Humor dalam Meme di Media Online sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia". *Litera*, 16(1), 64—77. <https://journal.uny.ac.id/index.php/litera/article/view/14251>
- Nielsen, A. dan Don Nielsen. (2019). *The Language of Humor: An Introduction*. Cambridge University Press. <https://dokumen.pub/the-language-of-humor-an-introduction-1108416543-9781108416542.html>
- Rohmadi, Muhammad. (2010). "Strategi Penciptaan Humor dengan Pemanfaatan Aspek-Aspek Kebahasaan". *Humaniora*, 22(3), 285—298. <https://journal.ugm.ac.id/jurnal-humaniora/article/view/1339>
- Santikul, B. (2024). "The Building Blocks of Language and Creativity: a Multimodal Critical Discourse Analysis of Toy Advertisements". *Journal of Language Teaching and Research*, 15(2), 383—395. <https://jltr.academypublication.com/index.php/jltr/article/view/7424/6077>