

MOTIF PENGGUNAAN “MEME” DALAM APLIKASI BLACKBERRY MESSENGER (BBM) PADA MAHASISWA ILMU KOMUNKASI UNIVERSITAS MULAWARMAN

Hendri Sujatmiko¹

ABSTRAK

Hendri Sujatmiko, Motif Penggunaan Meme dalam aplikasi pesan instan Blackberry Messenger pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda dibawah bimbingan Ibu Dra. Rosa Anggraeiny, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Ghufron, M.Si selaku Pembimbing II.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan motif apa yang mendasari Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda dalam menggunakan Meme pada aplikasi Blacberry Messenger. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan wawancara langsung serta data sekunder menggunakan artikel, sumber tertulis terutama sumber online yang relevan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada dilapangan (Sugiyono, 2006:212). Menggunakan analisis data dengan metode Miles dan Huberman yaitu analisis data yang diawali dengan proses pengumpulan, reduksi dan penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Dari hasil penyajian data yang diperoleh dan penguraian pada pembahasan penelitian ini, diketahui bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda menggunakan gambar Meme dalam aplikasi Blackberry Messenger dipengaruhi oleh beberapa motif yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan. Dari berbagai motif mempengaruhi Mahasiswa menggunakan gambar Meme dalam aplikasi Blackberry Messenger.

Kata Kunci: *Motif, meme, Blackberry Messenger, Uses and gratification, interaksi simbolik*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat membuat manusia menjadi lebih mudah dalam melakukan segala kegiatan serta berbagi informasi. Internet merupakan salah satu media baru yang dapat mempermudah manusia dalam berinteraksi serta bertukar informasi. Dengan mudahnya manusia

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Hendri.sujat27@gmail.com

mengakses internet, tidak dipungkiri akan berpengaruh terhadap proses komunikasi. Komunikasi visual menjadi salah satu komunikasi baru yang proses.

komunikasinya hanya dapat dibaca melalui indera pengelihatannya. *Meme* merupakan salah satu contoh komunikasi visual yang saat ini sedang menjadi pembicaraan orang terutama pada Mahasiswa. Keunikan serta beragam macam jenis” *meme* membuat para penggunanya tidak bosan dalam menikmati atau menggunakan gambar *meme* tersebut. Terlebih lagi *meme* setiap waktu akan terus update berkembang mengikuti kejadian atau fenomena unik yang ada di sekitar kita. Contohnya fenomena yang baru terjadi yaitu tentang patung harimau yang terletak dipagar markas Koramil 1123 Cisewu, Garut. Dimarkas koramil tersebut terdapat sebuah patung harimau yang memiliki wajah lucu yang seolah sedang tersenyum. Kejadian unik ini tidak disia-siakan oleh kreator untuk dibuat *meme*. Aplikasi BBM menjadi salah satu sarana para remaja dalam menggunakan *meme*. BBM memiliki kelebihan yang tidak ada pada aplikasi pesan instan lainnya. Dari fenomena tersebut membuat penulis tertarik dalam meneliti apa saja motif mahasiswa dalam menggunakan gambar “*meme*” di aplikasi *Blackberry Messenger*.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Interaksi Simbolik

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan aktifitas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Paham interaksi simbolik memberi banyak penekanan pada individu aktif dan kreatif ketimbang pendekatan-pendekatan teoritis lainnya. Paham interaksi simbolik menganggap bahwa segala sesuatu adalah virtual. Segala interaksi antar individu manusia melibatkan suatu pertukaran simbol. Ketika kita berinteraksi dengan yang lainnya kita secara konstan mencari petunjuk mengenai tipe perilaku apakah yang cocok dalam konteks itu dan mengetahui bagaimana menginterpretasikan apa yang dimaksud oleh orang lain. Interaksi simbolik mengarahkan perhatian kita pada interaksi individu dan bagaimana hal ini dipergunakan untuk apa yang orang lain katakan dan lakukan kepada kita sebagai individu.

Teori Uses and Gratification

Menurut Severin & Tankard (2007: 205), teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. Artinya, manusia itu memiliki otonomi dan wewenang dalam memberlakukan media. Karena khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak untuk dirinya. Karena menurut teori ini mungkin saja media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan mereka.

Terdapat 5 asumsi dasar teori adalah:

- a. Khalayak aktif
- b. Inisiatif dalam pemilihan media

- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya
- d. Audience mempunyai kesadaran diri akan penggunaan media
- e. Kepuasan yang diperoleh dapat berasal dari isi media, terpaan media dan situasi sosial dimana terpaan media terjadi

Katz dan Blumler (Baran & Davis 2009: 241-242) mengemukakan ada beberapa faktor sosial yang menyebabkan timbulnya kebutuhan seseorang yang berhubungan dengan media, yaitu:

1. Situasi sosial menimbulkan ketegangan dan pertentangan. Orang berusaha melepaskan dirinya dari hal itu dengan mengkonsumsi media massa
2. Situasi sosial menciptakan kesadaran akan adanya masalah yang membutuhkan perhatian dan informasi. Informasi itu dapat dicari lewat media.
3. Situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui konsumsi media yang selaras.

New Media

Menurut Roger Filder (2003) dalam bukunya "*Mediamorfosis*", media baru (*new media*) merupakan perubahan media lama (*old media*) yang bertransformasi dan beradaptasi melalui suatu rangkaian proses yang ia sebut dengan *mediamorphosis*. Media baru tidak termasuk televisi film, buku atau majalah, melainkan sebuah teknologi yang memungkinkan penggunaanya berinteraksi. Dalam media baru proses komunikasinya berbeda dengan komunikasi yang dilakukan oleh media lama atau media massa yang sudah kita kenal.

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13). Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media.

Komunikasi

Komunikasi menurut Hovlan, Jennis, dan Keely (1953:12) berarti sebuah proses dimana seseorang individu sebagai komunikator menyampaikan stimulan yang biasanya verbal untuk merubah perilaku orang lainnya. Dan Raymon S. Ross (1974:b7) mendefinisikan komunikasi sebagai proses transaksional yang meliputi pemisah, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan pengalamannya sendiri atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber. Kata komunikasi sendiri dipergunakan :

1. sebagai proses
2. sebagai pesan
3. sebagai pengaruh

Komunikasi menurut Wikipedia Indonesia, ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia adalah proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Pada umumnya, komunikasi digunakan dengan kata-kata (lisan) yang dapat dimengerti kedua belah pihak. (Fajar, 2009: 111)

Media Komunikasi

Komunikasi ialah suatu proses yang berhubungan dengan manusia terhadap lingkungan disekitarnya. Jika tidak ada komunikasi, manusia akan terisolir dari lingkungan disekitarnya. Tetapi jika tidak ada lingkungan, komunikasi akan menjadi sebuah kegiatan yang tidak penting. Dengan kata lain manusia berkomunikasi dikarenakan untuk melakukan hubungan dengan lingkungan. Saat manusia berkomunikasi, pastinya memerlukan media komunikasi. Yang dimaksud dengan (pengertian) media komunikasi ialah seluruh sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, menyalurkan atau menyebarkan dan juga menyajikan informasi.

Dalam kehidupan bermasyarakat dewasa ini media komunikasi mempunyai peran yang sangat penting, karena berbagai informasi yang ada seluruh dunia ini dapat anda dicari dengan cepat, akurat, tepat, mudah, murah, efektif dan efisien.

Jenis-Jenis Media Komunikasi

1. Media Komunikasi Berdasarkan Fungsinya

- 1) Fungsi produksi: media komunikasi yang bermanfaat sebagai penghasil berbagai macam informasi, contohnya: komputer/PC pengolah kata (word processor)
- 2) Fungsi reproduksi: media komunikasi yang bermanfaat untuk mencetak ulang dan menggandakan informasi, contohnya: audio tapes recorder serta video tapes
- 3) Fungsi penyampaian informasi: media komunikasi yang berdaya guna untuk dipakai menyebarluaskan serta menyampaikan pesan kepada komunikan yang menjadi sasarannya, contohnya: Handphone, telephone, faximile, dan lain sebagainya.

2. Media Komunikasi Berdasarkan Bentuknya

- 1) Media cetak : merupakan berbagai macam barang yang dicetak dan bisa dipakai sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan informasi, seperti: surat kabar/koran, brosur, buletin, dan lain sebagainya.
- 2) Media audio: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra pendengaran, contohnya: radio
- 3) Media visual: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan pesan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra penglihatan, contohnya : foto
- 4) Media audio visual: merupakan suatu bentuk media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar, jadi untuk mengakses pesan informasi yang

disampaikan memakai indra penglihatan dan juga indra pendengaran, contohnya: televisi, video

Komunikasi Visual

Secara harfiah, komunikasi visual juga bisa diartikan sebagai proses transformasi ide dan informasi dalam bentuk yang didapat dibaca dan ditanggapi (secara visual). Sedangkan menurut Christine Suharto Cenadi (1999:5) menyebutkan bahwa elemen-elemen Desain Komunikasi Visual diantaranya adalah tipografi, ilustrasi, dan simbolisme. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

Jadi secara garis besar, media komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual biasanya diasosiasikan dengan seni rupa, simbol, fotografi, tipografi lukisan, desain grafis, ilustrasi, dan lain-lain.

Motif

Menurut Gerungan (2004: 151), motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Motif merupakan penggerak atau pendorong untuk melakukan sesuatu tindakan. Setiap orang digerakkan atau didorong oleh kebutuhan dan keinginan (*want & need*) tertentu.

Menurut Kriantono (2007: 205), motif adalah faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut.

McQuail (1991: 72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok. Adapun pembagian tersebut adalah: Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integrasi dan Integrasi Sosial dan Motif Hiburan.

Blackberry Mesenger

Blackberry Mesenger, atau yang sering dikenal dengan BBM, adalah aplikasi pengirim pesan instan yang disediakan untuk para pengguna perangkat Blackberry. Aplikasi Blackberry Mesenger hingga kini masih memiliki pengguna cukup banyak di seluruh dunia, dengan keunggulan dan kelebihan yang dimiliki aplikasi tersebut, tidak salah apabila pengguna smartphone lebih memilih aplikasi ini dibanding aplikasi pesan instan lainnya.

Saat ini BBM menjadi aplikasi pesan instan pertama yang sangat populer memberikan kemudahan dalam mentransfer gambar, audio dan data, mengunggah, membagikan pesan pribadi, serta terdapat berita pembaruan dari *friend user*, membuat BBM seperti jejaring sosial yang lebih sederhana dan terjaga privasinya.

Meme

Meme (dibaca: *mim*) adalah sebuah fenomena baru dalam dunia maya yang berbentuk ide yang tertuang dalam bentuk gambar, teks bergambar, video atau sekedar kata atau ungkapan bahkan orang dan biasanya tercipta saat seseorang membuat atau mengunggah sesuatu di internet, dan menyebar secara luas. Kemunculan sebuah *meme* biasanya diambil dari kejadian menarik, ucapan yang lucu, khas, bahkan kesalahan pengejaan. Penyebarannya pun melalui berbagai macam media seperti *social network* (jejaring sosial), blog, google.

Secara singkat, internet *meme* dapat diartikan sebagai fenomena yang disebarkan dari satu orang ke orang lain secara *online*. Walaupun tidak selalu berbentuk gambar, secara spesifik, *meme* adalah istilah yang digunakan di *cyberspace* (dunia maya) untuk mendeskripsikan gambar-gambar yang tidak hanya mengandung humor tapi juga sentilan, kritik juga ungkapan atas gagasan-gagasan mengenai fenomena yang sedang hangat dalam masyarakat yang tersebar dari satu benak kebenaran lain melalui internet.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu membuat deksripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang objek tertentu (Kriyantono, 2007:67).

Fokus penelitian

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka penelitian ini di fokuskan :

1. Motif Informasi
2. Motif Identitas Pribadi
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
4. Motif Hiburan

Sumber dan Jenis Data

Didalam sebuah penelitian kualitatif data yang digunakan tentu saja memiliki sedikit perbedaan dengan penelitian kuantitatif. Data dalam penelitian kualitatif diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari aktor (subjek penelitian, informan, pelaku), aktivitas, dan tempat yang menjadi su 634 penelitiannya (Muhammad Idrus, 2009: 61). Berdasarkan sumbernya dibedakan menjadi data primer dan data sekunder, dan dalam penelitian ini, penulis menggunakan kedua jenis sumber data, yakni ;

1. Data primer

Data yang diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan wawancara secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer dalam

memperjelas kevalidan data dan kebenaran makna yang akan diperoleh dari data primer. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan artikel-artikel, sumber tertulis dan terutama sumber *online* sebagai data sekunder pendukung dari data primer yang ada. Data yang dipilih adalah tentu saja adalah data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu tentang penggunaan gambar “*meme*” sebagai komunikasi visual dalam aplikasi BBM.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda. Mahasiswa yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik atau cara-cara sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian di lakukan dengan mempelajari dan menggali konsep-konsep yang relevan, baik yang berasal dari literatur, kitab undang-undang atau peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Penelitian lapangan

Penelitian ini prinsipnya dapat di bagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

a. Observasi

Bentuk penelitian dan pengumpulan data serta keterangan-keterangan dengan melakukan pengamatan di lapangan secara langsung. Dari objek itu penulis, dapat melihat kenyataan yang ada, kegiatan-kegiatan dan hasilnya.

b. Wawancara

Mengadakan wawancara dengan responden untuk mendapatkan informasi secara langsung yang berhubungan dengan penelitian dan data yang di mperlukan.

3. Pengambilan data melalui internet.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan permasalahan dengan model analisis interaktif Miles & Huberman. Model Miles & Huberman ini mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi pengumpulan data (*gathering data*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing / verification*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam hubungannya dengan penggunaan media, penggunaan fitur-fitur atau fasilitas dari suatu media akan dapat menimbulkan efek terhadap kepuasan yang diperoleh, baik itu menambah atau mengurangnya. Hal tersebut sesuai dengan pertanyaan yang dinyatakan Blumler (dalam Fisher 1986: 213) dan kawan-kawan, bahwa kepuasan audience dapat diperoleh paling tidak dari tiga sumber yang berbeda, yaitu isi media, terpaan terhadap media itu sendiri dan konteks sosial yang merujuk pada situasi terpaan yang berbeda-beda.

Dari hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan pada 5 responden yang menggunakan gambar meme di aplikasi bbm,, menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, sangat berperan dan berkaitan bagi mahasiswa dalam menentukan apa yang mereka butuhkan dalam menggunakan media terutama pada *blackberry messenger*.

Motif Penggunaan Gambar Meme Dalam Aplikasi Blackberry Messenger Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman

Data-data yang diperoleh mengenai motif penggunaan gambar *meme* dalam aplikasi *blackberry messenger* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman disajikan dalam bentuk narasi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis.

Motif ialah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu . Apa saja yang diperbuat manusia, yang penting maupun kurang penting, yang berbahaya maupun yang tidak mengandung resiko, selalu ada motifnya. Motif biasanya juga disamakan dengan tujuan atau keinginan di dalam pikiran seseorang. Misalnya dalam penelitian ini motif para mahasiswa menggunakan gambar *meme* di aplikasi pesan instan *blackberry messenger* (BBM), mahasiswa tentunya mempunyai motif atau tujuan tertentu dalam penggunaan gambar meme dalam aplikasi pesan instan *blackberry messenger* (BBM).

Motif Penggunaan Gambar di Aplikasi BBM Berhubungan Dengan Motif Informatif

Motif informasi merupakan motif yang berhubungan dengan kebutuhan informasi tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitarnya, dorongan untuk mendapatkan pengetahuan, dorongan akan rasa ingin tahu, dorongan untuk memperkuat pendapat, dan keputusan yang diambil, dorongan untk memperoleh perasaan aman melalui pengetahuan yang didapat dari media massa.

Motif Penggunaan Gambar di Aplikasi BBM Berhubungan Dengan Motif Identitas Pribadi

Motif identitas pribadi merupakan motif yang berhubungan dengan dorongan untuk memperkuat nilai-nilai pribadi, dorongan untuk memperkuat

kredibilitas, stabilitas, dan status. Selain itu juga berkaitan dengan dorongan individu untuk mencari model perilaku melalui media bagi perilakunya sehari-hari, dorongan untuk mencari identifikasi nilai-nilai dalam diri khalayak dengan nilai-nilai orang lain melalui media, dan dorongan untuk memperoleh wawasan berpikir. (McQuail, 1983 : 82).

Motif Penggunaan Gambar di Aplikasi BBM Berhubungan dengan Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Motif integrasi dan interaksi sosial berhubungan dengan dorongan individu untuk berhubungan atau berinteraksi dengan orang lain, dorongan akan empati sosial, dorongan untuk mempertahankan norma-norma sosial, mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.

Motif Penggunaan Gambar Meme di Aplikasi BBM Berhubungan dengan Motif Hiburan

motif hiburan berhubungan dengan dorongan individu untuk mencari hiburan, dorongan untuk melepaskan kejenuhan dan kebosanan, dorongan untuk mengisi waktu luang. (McQuail, 1983 : 82)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam hubungannya dengan penggunaan media, penggunaan fitur-fitur atau fasilitas dari suatu media akan dapat menimbulkan efek terhadap kepuasan yang diperoleh, baik itu menambah atau mengurangnya. Hal tersebut sesuai dengan pertanyaan yang dinyatakan Blumler (dalam Fisher 1986: 213) dan kawan-kawan, bahwa kepuasan audience dapat diperoleh paling tidak dari tiga sumber yang berbeda, yaitu isi media, terpaan terhadap media itu sendiri dan konteks sosial yang merujuk pada situasi terpaan yang berbeda-beda.

Dari hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan pada 5 responden yang menggunakan gambar meme di aplikasi bbm., menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, sangat berperan dan berkaitan bagi mahasiswa dalam menentukan apa yang mereka butuhkan dalam menggunakan media terutama pada *blackberry messenger*.

Motif Informasi

Dari seluruh responden yang sudah peneliti wawancarai, hanya 1 responden yang menyatakan bahwa ia memang menggunakan gambar *meme* di BBM untuk sarana informasi dan *update* mengenai berita-berita terbaru terhadap teman-teman kontakannya. Hal tersebut berkaitan dengan penjelasan atau aktivitas dari motif informasi dimana responden membagi informasi dan kondisi saat ini

Kaitan antara teori *uses and gratification* dan motif informasi bahwa teori ini lebih menekankan pada pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Artinya, audiens adalah pihak yang aktif

dalam proses komunikasi, dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini adalah kebutuhan akan pengetahuan yang terdapat dalam motif informasi. Mahasiswa menggunakan gambar *meme* di aplikasi BBM dengan tujuan untuk berbagai informasi serta mencari informasi dari teman-teman yang memposting *meme* yang juga memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi. Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch (Baran & Davis 2009: 241-242) menjelaskan adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media yaitu, situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media.

Motif Identitas Pribadi

Jawaban responden mengenai motif identitas pribadi menunjukkan bahwa responden mencoba atau berusaha agar menampilkan identitas diri melalui gambar *meme*, responden dengan sadar sengaja memposting *meme-meme* yang bisa dibilang lebih bermutu dengan tujuan untuk memberikan manfaat pada orang lain yang melihatnya.

Motif identitas pribadi adalah dorongan untuk mengenal dan menghayati dirinya sebagai pribadi sendiri serta tidak tenggelam dalam peran yang dimainkan, misalnya sebagai anak, teman, pelajar, ataupun teman sejawat. Identitas diri muncul ketika anak muda memilih nilai dan orang tempat dia memberikan loyalitasnya, bukan sekadar mengikuti pilihan orangtuanya. orang yang sedang mencari identitasnya adalah orang yang ingin menentukan siapakah atau apakah yang dia inginkan pada masa mendatang.

Kaitan antar teori *uses and gratification* dan motif identitas pribadi bahwa teori ini menjelaskan adanya situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui media. Penguatan diri bisa didapat melalui media, dengan media seseorang dapat memperkenalkan identitas dirinya pada pengguna media yang lain.

Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Jawaban responden mengenai Motif Integrasi dan interaksi sosial tersebut menunjukkan bahwa responden ingin memberikan manfaat yang baik untuk teman-temannya, dengan begitu akan selalu terjaga tali persaudaraan serta akan mempererat hubungan pertemanan mereka. Hal ini berkaitan dengan motif integratif dimana responden ingin menjaga hubungan dengan berinteraksi dengan teman-teman serta ingin dekat dengan mereka demi menjaga hubungan yang lebih baik lagi

Melalui motif ini mahasiswa bisa menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dan selalu ingin berinteraksi dengan teman maupun keluarganya. integrasi sosial adalah jika yang dikendalikan, disatukan, atau dikaitkan satu sama lain itu adalah unsur-unsur sosial atau kemasyarakatan.

Kaitan antara teori *uses and gratifications* dan motif integrasi dan interaksi sosial, bahwa *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan

manusiawi. artinya, manusia itu memiliki otonomi dan wewenang dalam memberlakukan media, karena khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak untuk dirinya.

Motif Hiburan

Jawaban dari 2 responden yang memilih Motif Hiburan, mereka mengaku menggunakan gambar meme di aplikasi BBM hanya untuk mencari kesenangan, mencari hiburan dikala sedang bosan atau menggunakannya hanya sekedar iseng. Motif hiburan yaitu melepaskan diri dari permasalahan dan bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan ekstetis, mengisi waktu, menyalurkan emosi. Mencari hiburan dan bersenang-senang akan lebih tepat dilakukan bersama dengan orang lain, karena bisa berinteraksi langsung.

Sesuai dengan teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bahwa seseorang bebas memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi keinginan hatinya, termasuk dalam hal hiburan atau media yang digunakan untuk bersenang-senang, maka dijelaskan bahwa penggunaan media menurut pendapat Snow (dalam Tubbs 2000: 212) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati. Sejauh orang menjadwalkan penggunaan media sehari-hari, interaksi dengan media membutuhkan ritme dan tempo tersendiri. Misalnya mengakses gambar *meme* untuk mencurahkan suasana hati baik saat merasa senang, sedih, ataupun marah di status sehingga perasaan emosi itu bisa disalurkan melalui gambar *meme*.

Untuk kaitannya dengan teori imteraksi simbolik, teori ini dipilih karena menurut definisinya, komunikasi simbolik menganggap bahwa segala sesuatu adalah virtual. Segala interaksi antara individu manusia melibatkan suatu pertukaran simbol. Ketika kita berinteraksi dengan lainnya, kita secara konstan mencari petunjuk mengenai tipe perilaku apakah yang cocok dalam konteks itu dan mengenai bagaimana menginterpretasikan apa yang dimaksud orang lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada penyajian data, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan pada hasil penelitian yang sudah penulis paparkan pada sub-sub maka dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menggunakan gambar meme di aplikasi BBM berdasarkan dengan kebutuhan mereka masing-masing. Hal tersebut berkaitan dengan motif-motif yang telah ditentukan berdasarkan fokus penelitian. Namun pada motif hiburan terlihat ketertarikan minat yang lebih besar, dengan demikian motif informatif menjadi alasan yang oleh mahasiswa dalam menggunakan BBM.
2. dari hasil penelitian yang didapatkan maka ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar alasan mahasiswa menggunakan gambar meme di aplikasi bbm karena

adaya kebutuhan dan informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Hal tersebut didasari hasil penggunaan gambar dari segi motif hiburan lebih besar dari motif-motif lainnya.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. *Blackberry messenger* (BBM) merupakan sarana penyampaian pesan melalui chat berupa teks, gambar, dan suara dengan fitur-fitur yang telah disediakan. Bagi penggunaanya agar menggunakan aplikasi pesan instan tersebut sesuai dengan fungsi dan kegunaannya.
2. Bagi Mahasiswa agar memilah gambar *meme* yang akan diposting apakah pesan dari gambar tersebut mengandung aspek positif ataupun negatif sebelum disebarkan melalui BBM atau media sosial lainnya. Gunakan gambar *meme* sesuai dengan kebutuhan, agar kiranya dapat memposting gambar *meme* yang lebih bermanfaat, berguna untuk diri sendiri dan juga orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, Moh, 1998. Psikologi Industri. Yogyakarta: Liberty.
- Bagdakian, B.H., 2004. The New Media Monopoly. Beacon Press, Boston
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2010. Teori Komunikasi Massa Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan, 2008. Sosiologi Komunikasi (*Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat*). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual. Jakarta. Nirmana
- Charon, Joel M. 1979. Symbolic Interactionism. United States of America. Prentice Hall Inc.
- Effendy, Onong, Uchjana. 2003. Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT.RemajaRosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Idrus, Muhammad. 2009. Metode Penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta : Erlangga.
- Iskandar. 2013. *Metodelogi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Referensi
- Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Lievrouw, L.A. dan Sonia Livistone, 2006. The Handbook of New Media. SAGE Publications, London
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Denis. 1991, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga. Jakarta. Edisi Kedua
- Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif, buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press

- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurudin, 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Ruben, Brent, D. dan Lea P. Stewart, 1998. *Communication and Human Behavior*, USA Viacom Company)
- Setyani, Novia Ika, 2013. Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. *Jurnal Komunikasi Universitas Sebelas Maret* 641
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Soemanto, Wasty, 1987. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. SAGE Publications, London
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Books*. O'Reilly Media, Sebastopol
- Wiratha, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Winardi, 1992. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Sumber lain

- http://www.satriamultimedia.com/artikel_teor_i_design_grafis.html (diakses tanggal 26 agustus 2016)
- http://www.academia.edu/6766895/TEORI_INTERAKSI_SIMBOLIK (diakses tanggal 26 agustus 2016)
- <http://erpandsima.blogspot.co.id/2015/04/fenomena-meme-di-media-sosial-dan.html> (diakses tanggal 26 agustus 2016)
- <https://sadidadalila.wordpress.com/2010/03/21/teori-dasar-komunikasi-visual/> (diakses tanggal 13 februari 2016)
- http://www.kompasiana.com/turi_042/fenomena-meme-dan-dampaknya-bagi-pengguna-media-sosial_5614f2c3329373f709b9fade (diakses tanggal 11 april 2016)
- http://www.academia.edu/11626491/MEME_THEORY_Evolusi_Kebudayaan_Menurut_Richard_Dawkins_ (diakses tanggal 26 agustus 2016)
- <http://www.seloso.com/news/tech-news/aplikasi-pesan-instan-bbm-masih-nomor-satu-di-indonesia-z84205.html> (diakses tanggal 1 maret 2017)
- <http://pengertiandefinisi.com/pengertian-media-komunikasi-fungsi-dan-jenisnya/> (diakses tanggal 20 maret 2017)