

## ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi manusia terutama di bidang komunikasi berjalan dengan sangat dinamis. Manusia bahkan menggunakan media komunikasi guna memenuhi kebutuhan selain bertukar informasi, misalnya untuk hiburan. Meme adalah satu dari sekian banyak produk kebudayaan yang tujuan utamanya untuk hiburan, di mana salah satu proses menikmatinya adalah dengan mengomunikasikannya dengan pihak lain. Pada tahun 2020 proses konsumsi meme internet meningkat dengan signifikan karena adanya pembatasan ruang gerak dalam berkegiatan di luar ruangan, sehingga proses pemenuhan kebutuhanpun dilakukan secara daring. Dalam krisis yang dialami informan penelitian ini selama tahun 2020, meme dipilih sebagai salah satu media penghibur. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara terhadap 13 informan yang merupakan mahasiswa tingkat akhir dari berbagai universitas dan sedang mengalami krisis selama pandemi tahun 2020. Penelitian ini juga menggunakan metode observasi terhadap perkembangan meme di tahun 2020 melalui media sosial Instagram, selama kurun waktu satu tahun sejak dimulainya pandemi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para informan penelitian mengalami krisis dan menggunakan meme sebagai salah satu media yang membantu untuk lepas dari krisis adalah karena terjangkau, aktual, dan bisa dipahami serta dirasakan bersama. Namun, penelitian ini di saat yang bersamaan menemukan bahwa perbedaan pengalaman dan selera humor menyebabkan pengomunikasian meme hanya berjalan satu arah. Pemaknaan dan penerimaan yang sama terhadap keseragaman gaya meme dapat menciptakan perasaan senasib, sehingga penikmatnya dapat saling menguatkan dalam krisis bersama di masa pandemi tahun 2020.

***Kata kunci: meme, krisis, hiburan, pandemi, perasaan senasib.***

## ABSTRACT

The development of human technology, especially in the field of communication, runs very dynamically. Humans even use communication media to fulfill needs other than exchanging information, for example for entertainment. Meme is one of many cultural products whose main purpose is for entertainment, where one of the processes to enjoy it is to communicate it with other parties. In 2020 the process of consuming internet memes increased significantly due to restrictions on space for outdoor activities, so that the process of fulfilling needs was carried out online. In the crisis experienced by this research informant during 2020, memes were chosen as one of the entertainment media. This research was conducted by interviewing 13 informants who are final year students from various universities and are experiencing a crisis during the 2020 pandemic. This study also uses an observation method on the development of memes in 2020 through social media Instagram, over a period of one year since the start of the pandemic.

The results of this study indicate that research informants experience a crisis and use memes as a medium that helps to escape from the crisis because it is affordable, actual, and can be understood and felt together. However, this study at the same time found that differences in experience and sense of humor caused meme communication to only go one way. The same meaning and acceptance of the uniformity of meme styles can create a feeling of the same fate, so that viewers can strengthen each other in a common crisis during the 2020 pandemic.

***Keywords: memes, crisis, entertainment, pandemic, feelings of fate.***