

## INTERPRETASI WACANA HUMOR *MEME* MELALUI KAJIAN TEORI RELEVANSI

Astri Dwi Floranti<sup>1)</sup>, Yasir Mubarak<sup>2)</sup> Aceng Ruhendi Saifullah<sup>3)</sup>

*astri.floranti@gmail.com*

*dosen02264@unpam.ac.id*

*acengruhendisaifullah@upi.edu*

Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Asing (STIBA) Invada, Cirebon

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

### Abstrak

Meme (dibaca: mim) dikenal sebagai wacana humor kekinian yang tercipta dan tersebar melalui media-media sosial. Interpretasi humor meme tentu berbeda dengan interpretasi humor verbal mengingat meme berbentuk item digital berupa foto dengan perpaduan aspek verbal dan visual. Studi ini merupakan studi lanjutan dari Floranti dan Saifullah (2016) yang diharapkan mampu melengkapi strategi penciptaan humor meme melalui perspektif teori relevansi Sperber dan Wilson (1986) serta bantuan dari teori multimodalitas Kress dan Van Leeuwen (2006). Model *ingcongruity* – resolution dan teori relevansi menempatkan peranan kognisi pembaca sebagai modal utama dalam menemukan intensi komunikatif kreator dan meraih efek humor. Pembaca harus menggali efek kontekstual dan berusaha menyelesaikan ketidaksejajaran interpretasi sehingga implikasinya ialah usaha pemrosesan akan semakin besar. Berkaitan dengan konsep teori relevansi, meme dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara dan tingkatan oleh setiap pembaca yang berbeda.

Kata Kunci: *Meme, Teori Relevansi, Ingcongruity-Resolution, Humor, Ketidaksejajaran, Multimodalitas*

### Pendahuluan

Tingginya euphoria masyarakat dalam merespon kehadiran media-media sosial dan meningkatnya penggunaan *platform-platform* tersebut semakin mempopulerkan *meme* sebagai wacana humor kekinian (Floranti dan Saifullah, 2016:52). *Meme* sebagai alat komunikasi yang cukup efektif serta efisien dalam menggambarkan dan menyampaikan informasi maupun kritik sosial tentang

peristiwa aktual dalam bentuk item digital yang umumnya berupa gambar dengan tulisan sederhana serta penambahan karakter tertentu.

Studi ini tidak terlepas dari penelitian sebelumnya (lihat Floranti dan Saifullah, 2016) ihwal strategi penciptaan humor *meme* dari perspektif teori linguistik humor ketidaksejajaran melalui model *incongruity-resolution* (model IR). Kini, studi ini diperluas dari perspektif pragmatik dengan menerapkan konsep teori relevansi (TR) yang dipelopori Sperber dan Wilson (1986) mengingat model IR dan TR berkaitan erat dengan kemampuan kognisi pembaca dalam menginterpretasikan humor. Lalu, studi ini menerapkan langkah analisis multimodal dari Kress dan Van Leeuwen (2006) untuk menjelaskan aspek visual pada *meme*.

Efek humor dalam *meme* tidak hanya dipicu oleh teks atau gambar, namun juga berhubungan dengan representasi mental antara kreator dan pembaca. Walaupun TR tidak didesain khusus untuk studi humor, namun studi yang dilakukan oleh Jin dan Wang (2012), Shuqin (2013) atau Sanz (2013) berhasil mengungkap humor verbal melalui pendekatan kognitif TR. Oleh karena itu, perpaduan antara TR, model IR dan analisis multimodal dalam menguraikan aspek verbal dan aspek visual yang terkandung dalam *meme* diharapkan mampu menghasilkan deskripsi yang menyeluruh.

### *Teori Relevansi*

TR berkembang dari salah satu prinsip kerja sama (PKS) Grice yaitu maksim relevansi. Sperber dan Wilson yang mengulas PKS Grice beranggapan bahwa maksim relevansi dinilai cukup untuk menjelaskan proses bagaimana mitra tutur memahami intensi tuturan penutur. Dalam TR, istilah ‘relevan’ tidak diartikan sebagai ‘sesuatu yang saling berhubungan’ antara apa yang sedang diperbincangkan. Mengingat TR dipahami sebagai teori yang bergantung pada peran kognisi, maka istilah ‘relevan’ digunakan untuk menjelaskan tingkat usaha kognitif yang dibutuhkan mitra tutur untuk menangkap intensi penutur (Grundy, 2008:133-134).

TR dipahami sebagai pendekatan kognitif yang menilai komunikasi sebagai proses ostensif – inferensial. Dari perspektif penutur, komunikasi bersifat ostensif yaitu penutur memasukan intensi dengan memanifestasikannya pada tuturannya. Disini, mitra tutur harus merasakan terlebih dahulu intensi informatif penutur (*informative intention*). Bagaimana mitra tutur mengetahui keberadaan intensi informatif bergantung pada seberapa besar kepercayaan mitra tutur terhadap penutur. Lalu dari perspektif mitra tutur, komunikasi bersifat inferensial yaitu mitra tutur terlibat dalam kegiatan penyimpulan atas maksud penutur. Mitra tutur harus mengenali intensi informatif tersebut dan apabila berhasil maka mitra tutur dikatakan telah menangkap intensi komunikatif penutur (*communicative intention*) (Shuqin, 2013:12; Wilson dan Sperber, 2006:611).

Penutur dapat mencoba untuk menarik perhatian mitra tutur dengan menggunakan stimulus ostensif. Stimulus ostensif ini disediakan oleh penutur atas dasar keinginan dan kemampuannya. Setiap stimulus ostensif menciptakan adanya relevansi optimal. Implikasinya, penutur memandu mitra tutur untuk berasumsi bahwa penutur mencoba untuk serelevan mungkin dalam bertutur sehingga tuturannya cukup relevan untuk diproses dan bermanfaat bagi mitra tutur. Penutur mendorong mitra tutur untuk mengenali intensi komunikatif secara lebih cepat (Wilson dan Sperber, 611).

Menurut Curse (2000:370), penutur berusaha menghasilkan tuturan yang mengandung relevansi optimal berdasarkan kemampuan pengetahuan mitra tutur agar mitra tutur dengan usaha yang minimum dapat menangkap intensinya. Disisi lain, mitra tutur menentukan konteks yang tepat untuk menangkap relevansi penutur dan menginterpretasikan intensinya. Komunikasi berhasil apabila penutur mampu menyampaikan maksud yang dituju dan dipahami oleh mitra tutur. Menurut Nurjanah (2016:70), hal penting dalam komunikasi ialah bagaimana sebuah tuturan dari penutur dapat dipahami berdasarkan oleh lingkungan kognitif mitra tuturnya.

*Mekanisme Wacana Humor Meme dalam Kerangka Teori Relevansi dan Model IR*

*Meme* bisa dikategorikan ke dalam tipe *canned joke*, jenis humor yang tersusun atas cerita ringkas. Mekanisme humor *meme* akan diterangkan melalui tahapan-tahapan dari model IR (Floranti dan Saifullah, 2016) beserta uraiannya akan dikaitkan dengan konsep TR (Wilson dan Sperber, 2006) dan analisis multimodal (Kress dan Van Leeuwen, 2006). Dalam pembahasan ini, penggunaan istilah ‘penutur’ dan ‘mitra tutur’ dirubah menjadi istilah ‘kreator’ dan ‘pembaca’.



**a. Model IR:** Informasi pada bagian *set-up* berkaitan tentang konteks dan premis pengantar dari *meme*. Pernyataan pada bagian *set-up* berkembang menjadi sebuah asumsi. Asumsi tersebut berupa reaksi normal dan harapan yang dipikirkan oleh pembaca pada umumnya ketika menerima pernyataan tersebut, asumsi tersebut disebut *anti-punchline*. Setelah pembaca membaca keseluruhan *meme*, timbulah sebuah asumsi bertentangan dengan asumsi di *anti-punchline*, disebut *punchline*. Disinilah terjadi proses *perceiving the incongruity* atau pembaca menemukan sebuah ‘ketidakselarasan’. Lalu proses selanjutnya yakni *grasping the resolution*, pembaca meluruskan pemahamannya bersumber pada latar belakang pengetahuannya (Floranti dan Saifullah, 2016:54).

**b. Konsep TR:** skema komunikasi yang terbentuk dalam *meme* ialah:

- (1) Komunikasi ostensif: kreator menempatkan intensi informatifnya dengan memanifestasikannya pada pernyataan di bagian *set-up*.

- (2) Komunikasi inferensial: untuk menangkap kemungkinan poin humor, pembaca diharapkan mengenali intensi informatif kreator setelah mengamati keseluruhan *meme* dan menemukan asumsi yang bertentangan antara *anti-punchline* pada *punchline*;
- (3) Dalam konsep TR, setiap tuturan mengandung derajat relevansi yang ditentukan dua faktor yaitu efek kontekstual dan usaha pemrosesan (Cruse, 2000:369).
- (4) Sejumlah anggapan yang berada dalam kognisi kreator disampaikan pada pembaca melalui pernyataan-pernyataan pada bagian *set-up* dan *punchline*. Pembaca menerima dan mengembangkan asumsi-asumsi pada bagian *set-up* dalam benaknya menjadi *anti-punchline*.
- (5) Ketika sebuah *meme* diciptakan, maka dalam kognisi kreator terdapat sejumlah anggapan / intensi. Kreator berandai-andai bahwa pembaca memiliki anggapan yang sama. Menurut Jin dan Wang (2012:45), *mutual cognitive environment* ialah sebuah prakondisi untuk mengenali keberadaan humor. Artinya, lingkungan yang dibutuhkan ialah konteks psikologis berupa asumsi bersama yang dibangun dan dikembangkan oleh kreator dan pembaca agar dapat memilih interpretasi yang paling tepat. Sperber dan Wilson mungkin tidak terlalu menitikberatkan pada konteks eksternal, namun telah menempatkan posisi penting bagi peranan kognisi untuk berbagi asumsi-asumsi kognitif bersama.
- (6) Kreator merancang *meme* dengan berbagai kemungkinan stimulus ostensif yang mampu membangkitkan efek humor & harapannya dipahami oleh pembaca. Kreator menganggap apa yang di desainnya sebagai poin humor dapat dipetakan dalam kognisi pembaca. Stimulus ostensif ini dapat berupa dukungan aspek verbal maupun aspek visual.
- (7) Dalam posisi pembaca, pembaca menggali efek kontekstual dari pernyataan dalam *meme*. Efek kontekstual berkaitan dengan proses menambahkan informasi baru atau membangunkan dan menguatkan informasi lama. Efek kontekstual ialah hasil interaksi diantara informasi baru dan informasi lama. Jika informasi baru tersebut berkaitan dengan

informasi lama yang telah tersimpan di dalam gudang ingatan (*memory store*), timbullah efek kontekstual. Informasi baru yang sama sekali tidak relevan dengan yang sudah diketahui oleh pembaca mungkin sekali tidak diprosesnya. Sebaliknya, informasi baru yang bersama-sama dengan informasi lama menimbulkan banyak inferensi baru mungkin akan diproses.

- (8) Disini, pembaca melakukan proses pencernaan asumsi-asumsi dari kreator dan stimulus ostensif sebagai informasi baru dengan menggali pengetahuan yang relevan dengan informasi lama yang tersimpan di dalam gudang ingatannya dan mencoba menghubungkannya.
- (9) Selanjutnya, usaha pemrosesan berkaitan dengan usaha pembaca dalam menginterpretasikan intensi kreator. Semakin kecil usaha yang diperlukan untuk mengeluarkan intesinya, makin besarlah relevansinya, dan makin banyaklah efek kontekstualnya. Menurut Gunarwan (2007:91), Relevan dalam pandangan TR bermakna sebagai menghasilkan efek kontekstual (*contextual effect*), yaitu kontribusi yang diberikan oleh kreator menambah daya kontekstual (*contextual resources*) pembaca. Dengan demikian, suatu tuturan dikatakan relevan dalam pandangan TR jika dan hanya jika tuturan tersebut memiliki efek kontekstual.
- (10) Derajat relevansi ditentukan oleh pembaca. Nilai subjektivitas akan tinggi mengingat TR bergantung kepada pengetahuan pembaca dalam menginterpretasikan dan menarik relevansi secara optimal dari pernyataan kreator. Dengan demikian, implikasinya menurut Gunarwan (2000:251) ialah relevansi tuturan memiliki derajat relevansi dan implikatur yang berbeda.

### **Metode Penelitian**

Metode yang dipakai dalam riset ini ialah metode deskriptif- kualitatif. Data dalam riset ini berbentuk satuan linguistik (kata, frasa, klausa, dan kalimat) dan data diambil dari sumber Instagram: @memecomicindonesia. Data dihimpun

dengan memakai metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap serta teknik lanjutan catat (Azwardi, 103: 2018).

### Hasil Penelitian dan Pembahasan



(sumber: IG: @memecomicindonesia)

- (1) Komunikasi ostensif: kreator memanifestasikan intensi informatifnya pada bagian *set-up*. Dalam konsep TR, pernyataan di bagian *set-up* memiliki derajat relevansi yang tinggi mengingat pernyataan berupa *nembak cewek pernah ditolak* memiliki daya efek kontekstual yang tinggi dengan usaha pemrosesan yang cepat. Berdasarkan pengetahuan pembaca, pernyataan tersebut terbilang mudah dicerna karena berkaitan dengan tema umum yakni tema percintaan. Idenya ialah menerangkan seseorang yang telah menyatakan rasa cintanya namun mendapat penolakan. ‘Seseorang’ tersebut diduga seorang pria karena objek penderitanya ialah wanita. Artinya, seorang pria yang menyatakan perasaannya pada wanita namun wanita tersebut menolaknya. Sesungguhnya, pemaparan-pemaparan diatas termasuk ke dalam **tahap eksplikatur**: pembaca sedang mencoba untuk mengeksplorasi pernyataan *set-up* dengan mengidentifikasi referen dan menghilangkan keambiguan.

#hypothesis 1: [nembak cewek: menyatakan perasaan] + [ditolak: tidak diterima perasaannya]

**Bagaimana caranya pembaca menarik inferensi dari intensi kreator?**

(1) Eksplikatur (menarik di tingkat tuturan) : suatu cara mengelaborasi pernyataan, baik dari segi sintaksis dan semantik, menjadi bentuk proposisi yang lebih lengkap. Eksplikatur melibatkan *a great deal of real-world knowlegde* atau pengetahuan duniawi kreator dan pembaca yang digabungkan dalam benak masing-masing (Grundy, 2008:135).

**Bagaimana caranya pembaca menarik inferensi dari intensi kreator?**

(2) Eksplikatur melibatkan proses-proses: (a) memecahkan keambiguan; (b) mengidentifikasi referen: Relevansi mengharuskan pembaca untuk memaksimalkan efek kontekstual, dan salah satu caranya ialah mengintegrasikan tuturan dengan wacana sebelumnya. Hal ini dapat dilakukan dengan mengakses kembali pengetahuan di memori, dikenal sebagai *bridging* dan sebuah pengolahan wacana. Bila tidak menemukan rujukan diwacana sebelumnya atau konteks saat itu, pengetahuan umum dapat digunakan *Previous discourse > Immediate situation > Stored knowledge* ; (c) elaborasi dengan memulihkan proposisi-proposisi yang hilang (*enrichment*).

(2) Dalam **tahap menarik eksplikatur ke tingkatan yang lebih tinggi**, pembaca mengolah ide-ide pada tahap eksplikatur untuk mengetahui intensi kreator dalam menuturkan pernyataan tersebut. *Apa yang kreator maksud dalam tuturan tersebut? Apakah kreator sedang memberikan pernyataan umum saja? Apakah kreator sedang bertanya bagaimana rasanya perasaan ditolak pada pembaca? Apakah kreator sedang bercerita mengenai pengalamannya? Apakah kreator sedang merasa kesal karena perasaannya ditolak?. Penafsiran tuturan muncul berlanjut pada kemunculan rasa sedih atau rasa percaya diri yang menurun karena pernyataan cintanya tidak berjalan dengan baik atau pemberian motivasi agar kembali semangat.* Inilah beberapa konsep pengembangan yang dapat ditarik dari premis di bagian *set-up* oleh pembaca disebut sebagai *anti-punchline*



#hypothesis 2: [ditolak perasaan]: mengakibatkan rasa sedih, rasa percaya diri menurun, atau harapan adanya pemberian motivasi. → anti-punchline / premis implikatur

**Bagaimana caranya pembaca menarik inferensi dari intensi kreator?**

- (2) Higher level explicature (menarik tuturan ditingkatan yang lebih tinggi) : Untuk mengetahui intensi penutur, tidak cukup mengetahui eksplikaturnya saja, kita perlu tahu juga sikap penutur yang melatarbelakangi eksplikatur tuturan tersebut (Gunarwan, 2000:258). *Higher level explicature* merupakan bagian penting dalam memahami makna linguistik di kajian TR. Dalam perspektif semantik, beberapa unit leksikal tertentu ditarik untuk diencode ke tingkat eksplikatur yang lebih tinggi.
- (3) Implikatur: implikasi yang tersimpulkan tapi tidak dinyatakan yang disampaikan oleh kreator melalui tuturannya. Implikatur hanya bisa dipahami ketika kreator dan pembaca memiliki kesamaan pemahaman (*mutual manifest*) terhadap sebuah konteks (Nurjanah, 2016:72)
  - Premis implikatur ialah membangun sebuah hipotesis tentang asumsi kontekstual
  - Konklusi implikatur ialah membangun sebuah hipotesis tentang implikasi kontekstual. penyimpulan dari eksplikatur dengan konteks.

- (3) Pembaca membangkitkan daya efek kontekstual dari pernyataan di *punchline* dengan menambahkan dan mengkorelasikan asumsi-asumsi pada *anti-punchline* atau pada tahap eksplikatur lebih tinggi. Melihat ide yang disampaikan oleh kreator dalam bagian *punchline* terlihat menggambarkan sikap penolakan kreator dengan tidak menerima kenyataan bahwa pernah ditolak perasaannya, yakni kreator lebih memilih untuk berpura-pura tidak pernah melakukan pengakuan.

Asumsi yang berkembang pada bagian *punchline* bertentangan dengan asumsi yang berkembang pada bagian *set-up* (*anti-punchline*). *Punchline*, ialah statment mengagetkan yang membalikkan keadaan premis dari *set-up* yang bisa memunculkan efek humor sebab tidak sesuai dengan asumsi

awal. *Punchline* menuntut penerima humor untuk menciptakan interpretasi baru yang bertentangan dari statment *anti-punchline* sebelumnya.

Disinilah terjadi proses *perceiving the incongruity* atau pembaca menemukan sebuah ‘ketidakselarasan’:

#hypothesis 3: [Nembak cewek] + [ditolak] ≠ [muncul rasa sedih, rasa percaya diri menurun]

Proses selanjutnya yakni *grasping the resolution*, pembaca meluruskan pemahamannya berdasarkan latar belakang pengetahuan dan pengalamannya. Pembaca menaruh usaha pemrosesan yang lebih besar untuk mengolah informasi-informasi baru.

#hypothesis 4: [Nembak cewek] + [ditolak] = [pengalihan keadaan seolah-olah tidak pernah melakukan pengakuan]

(4) Setelah memberikan usaha tambahan, pembaca menyelesaikan ketidaksejajaran pada *memes* dan memperoleh intensi kreator. Intensi kreator dapat diperkuat dengan keadaan stimulus ostensif. Analisis aspek visual sebagai stimulus ostensif yang dipilih kreator akan membantu mempertegas penarikan inferensi pada *memes*. Pembaca harus mengambil usaha yang lebih kuat dari yang dibutuhkan dengan mengolah stimulus ostensif untuk menaikkan ekspektasi level relevansi tuturan.



Visualisasi yang cukup menarik adalah penggunaan karakter Barrack

Obama yang berperan sebagai partisipan yang direpresentasikan. Penggunaan karakter Obama ini ditafsirkan sebagai wakil kreator dalam menyampaikan maknanya. Relasi yang terjalin antara partisipan yang direpresentasi dan partisipan interaktif (pembaca) menghasilkan jenis gambar yang memberikan makna (*demand picture*) – subjek dalam gambar lebih cenderung menatap pembaca secara langsung. Menurut Kress dan Van Leeuweun (2006:117), tipe *demand picture* dapat didukung dengan *gesture* tangan seperti yang dilakukan oleh Obama yang menunjuk pada pembaca seolah-olah mengatakan ‘kamu’ atau ‘kamu yang disana’.

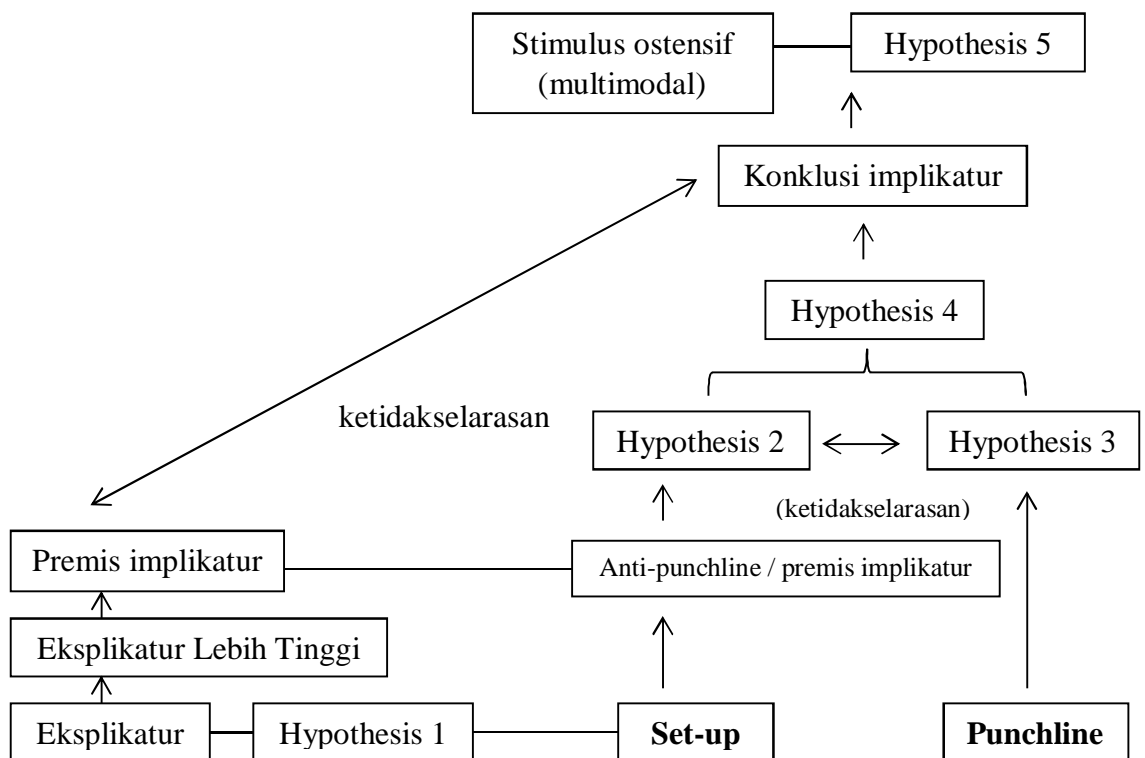
- (5) Berdasarkan pemaparan-pemaparan diatas, implikatur yang dapat ditarik ialah kreator sedang membujuk atau mendesak maknanya ke pada para pria yang ditolak perasaannya untuk segera berpura-berpura mengalihkan keadaan seolah-olah tidak pernah melakukan pengakuan. Alasan yang diberikan pada pihak perempuannya adalah pengakuan tersebut merupakan kesalahan temannya yang sedang menggunakan ponsel si pria. Penggunaan sosok Obama sebagai presiden AS seolah-olah sedang menyuruh para pria, didukung oleh *gesture* tangan telunjuk, untuk tidak bersikap lemah karena perempuan. Kreator dinilai sedang tidak menawarkan (*offer*) makna, melainkan menuntut (*demand*) para pria untuk melakukan perintahnya. Hal ini dinilai sebagai cara mempertahankan harga diri seorang pria yang tidak mau menerima kekalahan.

#hypothesis 5: [pengalihan keadaan seolah-olah tidak pernah melakukan pengakuan] + [tuntutan bagi para pria untuk bersikap tidak lemah atas penolakan perempuan] → punchline / implicated conclusion

- (6) Secara keseluruhan, bagaimana pembaca menarik konklusi implikatur dari *meme* bergantung pada kemampuan kognisi pembaca dalam menangkap intensi komunikatif kreator, mengembangkan dan mengolah asumsi-asumsi yang berkembang sesuai pengetahuan dan pengalaman pembaca. Seperti halnya tuturan, *meme* dapat ditentukan derajat relevansinya. *Meme*

yang mengandung banyak efek kontekstual dan tanpa memerlukan usaha besar untuk menarik intensi kreator, maka *meme* tersebut memiliki derajat relevansi yang tinggi. Namun, apabila *meme* sulit dipahami atau ditangkap maksudnya, maka *meme* tersebut tidak banyak mengandung efek kontekstual atau berkaitan dengan pengetahuan dan pengalaman pembaca dan implikasinya ialah usaha besar harus dikeluarkan. Berkaitan dengan humor *meme*, usaha pemrosesan asumsi-asumsi dari tingkat eksplikatur dan tingkat eksplikatur lebih tinggi mengalami peningkatan minat pembaca harus menyelesaikan ketidaksejajaran untuk memperoleh efek humor.

(7) Skema pengolahan efek humor pada *meme* berdasarkan uraian-uraian diatas dapat digambarkan di bawah ini:



## Simpulan

Secara umum, *meme* mengandung karakteristik - karakteristik bahasa sehari-hari menurut Grundy (2008) yang telah di bahas oleh Mubarok (2016). Setidaknya poin-poin yang menonjol ialah (1) ketidakjelasan (*inderterminacy*) : *meme* bisa saja memiliki beberapa kemungkinan maksud yang berbeda, tergantung bagaimana pembaca menafsirkannya. Dalam komunikasi verbal, mengetahui siapa penutur dan siapa mitra tuturnya dapat membantu untuk memastikan maksud tuturan tersebut ; (2) makna tidak langsung (*indirectness*) : Ketika makna literal tidak selalu menjadi cara yang dipilih kreator untuk menyampaikan intensinya, makna non literal bisa menjadi pilihan dalam *meme* mengingat ; (3) penarikan kesimpulan (*inference*) : Setiap tuturan mengundang *inference* atau kesimpulan tertentu yang harus ditentukan sendiri oleh pembaca. *Meme* terkadang mengandung inferensi yang apabila berhasil ditarik ternyata cukup dramatis serta lebih menarik dibanding makna literal itu sendiri.

Dalam proses pembuatan *meme*, sang kreator menuangkan intensi komunikatifnya melalui penyusunan aspek verbal maupun pemilihan aspek visual tertentu. Usaha kreator dalam mengemas intensinya tersebut sedemikian rupa disesuaikan dengan kapasitas *meme* yang terbatas karena *meme* yang dikenal saat ini beredar dalam bentuk item digital berupa gambar-gambar yang mengandung tulisan singkat dan penambahan karakter atau aspek visual lainnya. Umumnya, kreator lebih fleksibel dalam mengkreasikan intensinya yang mengandung humor secara implisit sehingga pembaca dapat menginterpretasikannya sesuai pengetahuan dan pengalamannya.

Disisi lain, pembaca memiliki hak interpretasi sepenuhnya untuk menentukan apakah *meme* yang ia lihat dan amati mengandung efek kontekstual yang besar atau tidak. Dalam hal ini, kreator sangat bergantung pada kemampuan pembaca apakah pembaca dapat melakukan proses encode dan decode pesan humor yaitu membangun efek kontekstual, menelaah stimulus ostensif serta keinginan untuk memproses intensi informatif kreator.

Interpretasi humor *meme* bergantung pada kemampuan pembaca mengakses latar belakang dan asumsi yang membentuk sebuah konteks dimana intensi informatif tersebut kreator bekerja. Efek humor menitikberatkan pada

kemampuan kognitif melalui persepsi pikiran penerima humor. Dalam konsep TR yang dikemukakan oleh Sanz (2013:20), “*relevance is always relevance to an individual*”. Artinya, sebuah *meme* mungkin dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara dan tingkatan oleh setiap pembaca yang berbeda. Pengalaman dan pengetahuan dunia pembaca dalam menarik konklusi implikatur berpengaruh terhadap besar kecilnya proses pembangunan efek kontekstual serta usaha pemrosesan asumsi-asumsi efek kontekstual beserta stimulus ostensifnya.

Usaha pemrosesan yang lebih besar tentu dibutuhkan mengingat *meme* kini lebih banyak memanfaatkan perpaduan antara aspek verbal dan aspek visual – lain halnya dengan membahasa humor verbal. Umumnya kreator dapat menempatkan stimulus ostensifnya pada tokoh tertentu. Penggunaan aspek visual berkontribusi besar untuk menghasilkan efek humor sebab *meme* memanfaatkan aspek penggambaran yang bisa menarik atensi pembaca. Dengan demikian, hubungan ketidaksejajaran antara asumsi-asumsi yang berkembang beserta pengolahan stimulus ostensif memerlukan usaha pemrosesan yang lebih besar.

Hal yang cukup sulit ialah menjelaskan bagaimana pembaca menemukan konteks yang memungkinkannya untuk memahami segala macam intensi informatif kreator dengan benar. Seorang kreator harus mempertimbangkan apakah pembaca dapat memperbaiki suatu konteks yang dapat membantu menarik intensinya. Ketidaksepadanan antara inferensi yang dibayangkan kreator dan pembaca sulit menimbulkan efek humor. Menurut Grundy (2008:140), konteks tidak dianggap sebagai pengetahuan bersama, melainkan seperangkat item-item yang disimpan dipusat memori. Pembaca berharap bahwa asumsi-asumsi yang sedang diproses ini relevan dan pembaca mencoba untuk mencocokkan sebuah konteks yang akan membenarkan asumsi kreator.

### **Daftar Pustaka**

- Azwardi. (2018). *Metode Penelitian: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press Darussalam,
- Cruse, A. (2000). *Meaning in language: An introduction to semantics and pragmatics*. New York: Oxford University.

- Floranti, A.D dan Saifullah, A.R. (2016). Strategi penciptaan humor *meme*. Dalam Dadang Sudana (Ed). *Seminar Tahunan Linguistik (SETALI) 4*, pp.52-56. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Gunarwan, Asim. 2007. *Pragmatik: Teori dan Kajian Nusantara*. Jakarta: Universitas Atmajaya.
- Grundy, P. (2008). *Doing Pragmatics*. Edisi ke-3. London: Hodder Education.
- Kress, G. dan Van Leeuwen, T. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Jin, S., dan Wang, B. (2012). A relevance theoretic-based approach to verbal humor in Joe Wong's Talk Show. *International Journal of English Literature*, 2 (3), pp.44-48. DOI:10.5539/ijel.v2n3p44.
- Mubarok, Y. (2016). Analisis Ciri Bahasa Sehari-Hari/Properties of Everyday Language Pada Meme (Sebuah Kajian Analisis Pragmatik). *Maranatha International Conference On Language, Literature, and Culture*, pp. 26-33. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Nurjanah, N. (2016). Membedah relevansi dalam iklan "WRP". *Dialektika*, 3 (1), pp. 67 – 86. <http://dx.doi.org/10.15408/dialektika.v3i1.4180>.
- Ritchie, G. (2009). Variation of Incongruity Resolution. *Journal of Literary Theory*, 3(2), hlm. 313-332.
- Sanz, M.J.P. (2013). Relevance theory and political advertising: a case study. *European Journal of Humour Research*, 1 (2), pp 10- 23. Diakses pada 24 Desember 2016 dari <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2013.1.2.jesuspinarsanz>
- Shuqin, H. (2013). A relevance theoretic analysis of verbal humor in the big bang theory. *Studies in Literature and Language*, 7(1), pp.10-14. DOI:10.3968/j.sll.1923156320130701.2549
- Wilson, D. dan Sperber, D. (2006). Relevance theory. In *Handbook of Pragmatics*, eds. Laurence R. Horn dan Gergory Ward. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.