

**KAJIAN INFOGRAFIS HUMOR
MALESBANGET.COM
(Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)**

JURNAL PENELITIAN



oleh:

**Septian Trirachmanto
NIM 1312282024**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

Jurnal Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

KAJIAN INFOGRAFIS HUMOR MALESBANGET.COM (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough), diajukan oleh Septian Trirachmanto, NIM 1312282024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 22 November 2017 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.



Mengetahui

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn

NIP 19720909 200812 1 001

ABSTRAK

“Kajian Infografis Humor Malesbanget.com (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)”

Septian Trirachmanto

NIM 131 2282 024

Infografis malesbanget.com merupakan salah satu media desain komunikasi visual yang dipublikasikan dalam *website* humor malesbanget.com. Infografis sendiri pada umumnya digunakan sebagai media pemberitaan yang menyajikan informasi secara terukur berupa data-data, grafik, diagram, dan peta. Infografis malesbanget.com dikomunikasikan secara berbeda dari infografis pada umumnya. Infografis malesbanget.com memiliki konten *remeh-temeh* dan dikemas dengan bentuk humor sebagai hiburan. Infografis humor merupakan salah satu produk MBDC Media yang kaya akan politik dan strategi media untuk mencari keuntungan. Adanya politik dan strategi media dalam sebuah teks infografis, maka berbagai permasalahan sosial akan timbul sebagai akibat dari praktik kewacanaan dalam teks. Oleh karena itu diperlukan analisis wacana kritis terhadap teks, praktik wacana serta sosial budaya yang terepresentasikan dalam teks infografis malesbanget.com agar dapat dipahami tujuan dan juga makna dari wacana tersebut.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif secara kualitatif. Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough. Norman Fairclough menawarkan tiga dimensi analisis, yaitu *teks analysis*, *discourse practice analysis* dan *sociocultural practice analysis*.

Setelah dilakukan analisis teks, praktik wacana dan sosial budaya terhadap infografis humor malesbanget.com diperoleh kesimpulan bahwa: teks infografis secara sengaja didistorsikan, distereotipekan informasinya dan digunakan untuk berbasa-basi agar mencapai kesan humor sesuai kepentingan dan ideologi media. Ketika unsur humor masuk dan lebih menonjol dibandingkan unsur komprehensif dari infografis, maka informasi jauh dari nilai edukatif. Wacana dalam infografis humor malesbanget.com sendiri adalah tentang perilaku menyimpang yang mencerminkan gaya hidup bebas masyarakat. Ketika media menawarkan gaya hidup bebas kepada khalayak *audience*, maka media secara langsung ikut berperan dalam perubahan perilaku, etika dan budaya masyarakat khususnya dalam berkomunikasi dalam dunia siber. Penelitian ini berguna bagi masyarakat agar lebih berhati-hati dan lebih memperhatikan praktik wacana dari sebuah media desain komunikasi visual yang dikomunikasikan melalui media internet.

Kata kunci: *infografis, humor, malesbanget.com, website, analisis wacana kritis*

Norman Fairclough.

ABSTRACT

“Studies of Humor Infographic by Malesbanget.com (Critical Discourse Analysis of Norman Fairclough)”

Septian Trirachmanto

NIM 131 2282 024

Infographic malesbanget.com is one of the visual communication design media published in website humor malesbanget.com. Infographics, generally used as a news media to inform data, graphic, and maps measurably. Infographic malesbanget.com is communicated differently from general infographics. Infographic malesbanget.com has trivial content and is packed with humor as entertainment. Infographic of humor is one of product MBDC Media rich in politics and media strategies for profit. Given the politics and strategy of the media in an text infographic, various social problem will arise as a result of the practice of discourse in text. So it takes a critical discourse analysis research on text, discourse practice and sociocultural practice that are represented in texts infographic malesbanget.com in order to understand the purpose and also the meaning of the discourse.

The research method used in this research is descriptive qualitative. Then, the theory used in this research is the theory of critical discourse analysis developed by Norman Fairclough. Norman Fairclough offers three dimensions of analysis, namely text analysis, discourse practice analysis and sociocultural practice analysis.

After analyzing the text, discourse and sociocultural practices on infographic humor malesbanget.com obtained the conclusion that: The text of infographics are deliberately distorted, stereotyped information, and used for pleasantries to achieve an impression of humor in accordance with political and media ideology. When the element of humor is more prominent than the comprehensive element of the infographic, the information is far from the value of education. The discourse through infographic humor malesbanget.com is about deviant behavior that reflects the free lifestyle of society. When the media offers a free lifestyle to audiences, the media directly contributes to the decline of behavior, ethics, and culture of society, especially communication in the cyber world. This research is useful for society to be more careful and more concerned about the discourse of an object of visual communication design in the internet media.

Keyword: *infographics, humor, malesbanget.com, website, critical discourse analysis Norman Fairclough.*

A. Pendahuluan

Dewasa ini media internet merupakan media yang sudah tidak asing bagi masyarakat. Seseorang dapat bergaul, bersosialisasi dan mengakses informasi melalui media internet secara cepat dan mudah dengan sistem *On-line*. Pada era kemajuan teknologi internet ini, seseorang berkomunikasi tanpa mengenal batas, ruang, dan waktu. Oetomo (2007: 11), mengatakan bahwa pola kehidupan sehari-hari telah berubah sejak adanya teknologi internet, karena dengan adanya teknologi internet, bumi seakan menjadi desa kecil yang tidak pernah tidur, semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet. Keberadaan internet sebagai media informasi dan komunikasi menjadi alternatif pilihan bagi setiap orang baik anak-anak, anak muda, orang dewasa sampai yang tua.

Hadirnya internet mengenalkan kita pada *website*. Menurut Yuhefizar (2008: 159), menjelaskan bahwa, “*World Wide Web*” adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan *link* satu dokumen dengan dokumen lainnya atau *hypertext* yang dapat diakses melalui *browser*. Melalui sebuah *website* suatu informasi akan lebih mudah dicari oleh penggunanya. *Website* sendiri memiliki beberapa fungsi, yaitu berfungsi sebagai sarana komunikasi, informasi, *entertainment*, dan fungsi transaksi. Salah satu fungsi *website* adalah sebagai sarana *entertainment* atau hiburan. Berbicara soal hiburan, dewasa ini terdapat berbagai situs *website* yang menyuguhkan konten humor sebagai sarana komunikasi. Beberapa situs *website* humor ternama di Indonesia di antaranya adalah *website* malesbanget.com, nyunyu.com, 1cak.com, ketawaketiwi.com, ketawa.com, 4tawa.com dan lainnya. Salah satu *website* humor tertua dan masuk dalam lima *website* terbaik yang digemari oleh masyarakat di Indonesia saat ini adalah *website* malesbanget.com.

“*Website* humor kesukaan kita semua sejak tahun 2002” adalah jargon yang muncul pada tampilan alamat pencarian *website* malesbanget.com. *Website* malesbanget.com merupakan salah satu *pioneer website* humor yang

sudah sangat dikenal oleh masyarakat pengguna internet atau *netizen* sejak berdirinya pada tanggal 1 April 2002. *Website* tersebut didirikan oleh seorang artis ternama di Indonesia, yaitu Christian Sugiono bersama dua orang temannya, yaitu Aryo Sayogha dan Arianji. Dalam perjalanannya, malesbanget.com mengalami pasang surut, sempat vakum di tahun 2006, pada tanggal 1 April 2011 mulai bangkit kembali dan menjadi salah satu *website* humor yang digemari oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda, terbukti dengan jumlah pengunjung malesbanget.com yang memiliki 470.000 pengunjung unik dan 3,5 juta *pageview* di setiap bulannya (<https://id.techinasia.com/daftar-website-humor-indonesia>, akses 20 Maret 2017). Keberhasilan malesbanget.com dalam memikat hati masyarakat tidak dapat dipisahkan dari lengkapnya produksi konten kreatif bermuatan humor dan fitur-fitur yang disuguhkan, yaitu: Artikel, berita, video, infografis, youtube, tutorial, foto, hiburan, dan lain-lain.

Salah satu fitur yang selalu *update* adalah infografis. *Netizen* dapat menemukan fitur infografis di dalam menu artikel pada bagian menu *website* tersebut. Berbeda dengan situs *website* lain yang hanya sedikit menyuguhkan infografis bermuatan humor ataupun berbumbu humor, dalam *website* malesbanget.com telah memproduksi lebih dari 40 infografis dengan konten humornya. Salah satu yang menjadi daya tarik dari infografis dalam *website* malesbanget.com adalah memiliki konten kreatif yang berkaitan dengan perilaku masyarakat yang jarang terpikirkan oleh masyarakat, bisa dibilang konten *remeh-temeh* (tidak penting) yang diinformasikan secara humoris melalui media infografis. Infografis yang diproduksi malesbanget.com beragam bentuknya, diantaranya berupa *Statistical Based Infographics*, yang visualisasinya menggunakan diagram, *pic*, dan data statistik. *Timeline Bases Infographics*, mengutamakan *flow* urutan penyampaian yang runtut menunjukkan sebuah perkembangan atau perubahan dari waktu ke waktu. *Process Based Infographics*, mengutamakan alur proses dalam penyampaiannya dan seringkali menggunakan ilustrasi sebagai penjas petunjuk langkah-langkah proses. *Location or Geography Based Infographics*,

umumnya diaplikasikan untuk peta dan denah serta *main plan* sebuah lokasi. *Descriptive Infographics*, bersifat deskriptif, tidak ada alur baca yang pakem, bersifat fleksibel dan seringkali menonjolkan unsur ilustrasi dekoratif.

Sejatinya, secara umum infografis digunakan sebagai media edukatif, media massa dan media promosi. Peranan infografis adalah mempresentasikan data-data, angka, naskah, grafik, diagram, dan peta (Pahlevi, 2013: 4) . Pada intinya infografis merupakan salah satu teknik dalam desain komunikasi visual untuk menyajikan data yang akan diinformasikan umumnya sebagai berita. Menurut Mark Smiclas dalam Pahlevi (2013: 3), menyatakan bahwa infografis sebagai sebuah gambar yang terangkai dari data-data, deskripsi dan teks yang disajikan bersama gambar dengan pendekatan *visual learning*, yaitu memfokuskan aspek edukasi *audience* melalui pembelajaran secara visual, mengingat infografis memiliki konten informasi.

Dalam kasus infografis malesbanget.com konten yang diproduksi bersumber dari perilaku masyarakat yang jarang terpikirkan atau *remeh-temeh* dan dikemas secara humoris kemudian ditabulasikan menjadi media infografis dan disebarakan melalui pemberitaan di media internet. Kata *remeh-temeh* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti serba remeh, kata “*remeh*” sendiri memiliki arti tidak penting, tidak berharga, kecil (<https://www.kbbi.web.id/remeh>). Wijana (2003) mengatakan bahwa humor adalah rangsangan verbal dan atau visual secara spontan dimaksudkan dapat memancing senyum dan tawa. Humor sendiri juga merupakan bagian dari wacana yang disampaikan melalui infografis malesbanget.com. Apabila diamati, infografis malesbanget.com menggunakan teks baik verbal ataupun visual sebagai medium penyampaian konten *remeh-temeh* (tidak penting) bermuatan humor. Medium teks verbal tersebut terlihat dari pemakaian kata-kata seperti “Toge pasar”, “Kutilang darat ala model”, “Eek”, “Keluarkan suara ahh.. ketika mencoblos”, “Pajak payu dara”, “Laksana tai kambing gitu lah”, dan lain sebagainya. Variasi bahasa pun juga tersaji di setiap tampilan infografis.

Pemakaian bahasa penyampaian pesan di dalam infografis malesbanget.com menggunakan pendekatan yang berbeda dengan jenis infografis pada umumnya. Infografis malesbanget.com menggunakan bahasa gaul, dan *informal*, sebagai contoh: “ABG Unyu (dedek-dedek lucu)”, “Mbak-mbak kantor seksy”, “Suruh doi minum banyak-banyak dan kasih coklat”, dan lain-lain. Peranan teks visual seperti ilustrasi juga mendukung teks verbal dalam menyampaikan pesan. Teks menurut Fairclough tidak sebatas pada teks verbal atau lisan saja, namun juga menelisik pada visual (Fairclough, 2003: 30). Teks visual dapat berperan merepresentasikan atau memperjelas pesan yang disampaikan dalam infografis malesbanget.com.

Konten yang *remeh-temeh* yang dikomunikasikan melalui media desain komunikasi visual yaitu infografis merupakan praktik wacana yang diproduksi dan dikemas sedemikian rupa oleh malesbanget.com. Praktik wacana tersebut apabila ditarik lebih luas kedalam konteks sosial kemungkinan terdapat berbagai hubungan dengan pola perilaku masyarakat dan sosiokultural seperti: tatanan sosial, norma, etika, edukasi, dan budaya masyarakat Indonesia secara umum. Infografis sendiri umumnya digunakan sebagai media pemberitaan yang menyajikan informasi secara terukur berupa data-data, grafik, diagram, dan peta, sehingga kalau ditarik kedalam kasus infografis humor malesbanget.com seolah-olah media tersebut menjustifikasi seakan-akan kualitas masyarakat khususnya anak muda seperti yang dikonstruksikan melalui praktik-praktik wacana dalam media tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan pemahaman lebih detail dan mendalam tentang praktik wacana dalam infografis malesbanget.com beserta hubungan timbal baliknya dalam kehidupan sosial budaya masyarakat Indonesia, agar mencapai kesepahaman yang sebenar-benarnya atas makna dan realitas konstruksi yang dibangun oleh malesbanget.com melalui wacana dalam media infografis.

Penelitian ini mengambil objek materi infografis malesbanget.com adalah dalam rangka untuk mengetahui bagaimana konten infografis ini dipahami dalam kerangka wacana teksnya, sehingga diperlukan analisis wacana kritis terhadap teks, praktik wacana serta sosial budaya yang

tereprsentasikan dalam konten infografis malesbanget.com agar mencapai pemahaman tentang maksud dan juga makna dari wacana tersebut.

Analisis wacana kritis yang ditawarkan oleh Norman Fairclough dirasa sesuai untuk membedah praktik-praktik wacana infografis malesbanget.com yang memiliki konten *remeh-temeh* yang divisualkan melalui infografis sebagai media pemberitaan. Dipahaminya wacana pada infografis malesbanget.com melalui analisis wacana kritis Norman Fairclough diharapkan dapat mengetahui lebih dalam tentang makna dan realitas kontruksi dalam praktik wacana teks infografis malesbanget.com. Melalui penelitian ini diharapkan mendapatkan suatu pemahaman baru tentang infografis sebagai media pemberitaan yang dikaji dari segi analisis wacana kritis.

B. Metode Penelitian

Penelitian dalam “Kajian Infografis Humor Malesbanget.com” ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough. Analisis wacana kritis Norman Fairclough membagi atas tiga kerangka analisis, yaitu: *teks analysis*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* (Eriyanto, 2001: 286). Pada tahap *teks analysis*, yang dilakukan adalah mendiskripsikan elemen teks verbal dan visual, beserta intertekstual untuk menginterpretasikan wacana secara formal dalam teks. Deskripsi pada tahap ini merupakan proses penjabaran secara interpretatif yang berhubungan dengan sifat formal teks. Teks verbal terdiri dari kosa kata dan tata bahasa yang digunakan dalam infografis. Teks visual terdiri dari ilustrasi, tipografi, layout, warna, bentuk, dan prinsip-prinsip desain sebagai pembentuk objek infografis. Cara yang dilakukan dalam menjabarkan wacana formal dalam teks adalah dengan menganalisa teks menggunakan tiga unsur analisis yaitu representasi, ralisasi dan identitas. Wacana yang dimaksud pada penelitian ini adalah praksis sosial dalam bentuk interaksi simbolik yang dapat terungkap melalui pembicaraan, tulisan, gambar, diagram yang mencakup lingkup elemen teks verbal dan visual dalam infografis. Pada tahap *teks analysis* ini juga menganalisis unsur intertekstual,

yaitu munculnya teks dalam suatu wacana bergantung atau memiliki hubungan dengan teks lain sebelumnya.

Tahap selanjutnya, untuk memperjelas praktik sosial terbentuknya wacana dalam infografis humor malesbanget.com, maka akan dilakukan analisis *discourse practice*. Dalam analisis praktik diskursif ini akan dilakukan interpretasi yang berkaitan dengan hubungan antara teks dan interaksi, yaitu melihat teks sebagai suatu produk proses produksi dan sebagai sumber dalam interpretasi atau proses interaksi dan penganalisaan. *Discourse practice* meneliti proses produksi teks, yaitu menganalisis maksud, identitas, ideologi dan pengetahuan dalam teks yang mana pencarian datannya didukung melalui wawancara kepada pihak malesbanget.com media. Dalam *discourse practice* juga dibutuhkan analisis terhadap khalayak pengonsumsi teks untuk melihat tanggapan interpretasi terhadap teks, yaitu dengan cara meninjau komentar khalayak dalam kolom komentar dalam *website* malesbanget.com.

Kemudian pada tahap ketiga yaitu *sociocultural practice* akan mencari tahu praktik sosial secara lebih luas yang ada pada level institusional, situasional dan sosial masyarakat. Pada tahap yang ketiga ini wacana teks akan diberikan penjelasan atau eksplanasi. Penjelasan tersebut berkaitan dengan hubungan antara konteks interaksi sosial dengan penentuan sosial proses produksi dan interpretasi beserta efek-efek sosialnya. Kemudian, praktik wacana yang telah diketahui dihubungkan dengan tatanan sosial masyarakat seperti budaya edukasi, etika komunikasi dalam dunia siber (internet).

C. Pembahasan

Pada bagian ini dilakukan analisis terhadap empat judul infografis yang telah dipilih sebagai sampel penelitian dari seluruh populasi sebanyak 40 judul infografis. Keempat sampel yang terpilih tersebut adalah infografis berjudul “Pajak Payudara”, “Pekerjaan Haram”, “Cara Mencoblos Yang Benar” dan “Cewek Idaman Para Cowok”. Data sampel tersebut dianalisis menggunakan teori analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough beserta teori pendukung lainnya, seperti teori desain dan unsur-unsur

visual pembentuk teks infografis humor malesbnaget.com. Berikut ini Analisis terhadap keempat sampel infografis humor malesbanget.com:

1. Infografis berjudul Pajak Payudara



Gambar 1. Infografis Pajak Payudara, dipublikasi pada tahun 2011, berjenis *Proses Bases Infographics*, bermuatan humor analisa, sumber: malesbanget.com

a. *Teks Analysis*

Wacana yang dijabarkan dari infografis Pajak Payudara berkaitan dengan masalah perpajakan, yaitu tentang fenomena penyalahgunaan uang pajak oleh pemerintah melalui Jamkesmas untuk perawatan payudara seorang tindak pidana perbankan yaitu Melinda Dee. Dari analisis teks, diketahui bahwa teks verbal dituturkan menggunakan kata-kata berbentuk jargon terlihat pada *headline* berbunyi “Pajak Payudara” dan *pull quote* berbunyi “Setiap orang memiliki sedikit bagian dari payudara..”. *Jargon* mengandung makna suatu bahasa, dialek, atau tutur yang dianggap kurang sopan atau aneh (Keraf, 2002: 107). Kemudian di dalam *pull quote* tersebut juga terdapat humor analisa yang secara implisit terdapat upaya sindiran kepada subjek pemerintah dan Melinda Dee. Teks keseluruhan menggunakan tata bahasa berjenis proses mental. Proses mental adalah bentuk tata bahasa yang menampilkan sesuatu sebagai fenomena, gejala umum, yang membentuk kesadaran

khalayak tanpa menunjuk subjek atau pelaku dan korban secara spesifik (Eriyanto, 2001: 293). Beberapa permainan bahasa tersebut merupakan teks verbal yang tersaji dalam infografis. Teks verbal yang muncul sebagian besar mengarah pada bagian intim dari tubuh perempuan namun tidak menunjuk subjek ataupun pelaku secara spesifik.

Sementara itu teks visual yang hadir, terutama ilustrasi mencoba menjelaskan tuturan teks verbal yang mengarah kepada unsur seksualitas melalui ikon ataupun simbol yang mengarah pada penggambaran bentuk seksualitas, seperti bentuk payudara. Selain itu terluau banyak ilustrasi yang harus masuk mendampingi teks verbal cenderung memenuhi layout dan mengurangi kejelasan serta kesederhanaan infografis. Tipografi yang digunakan berjenis serif pada *headline*, dan dekoratif (jenis font Stencil) pada *bodycopy*. Dengan font dekoratif yang ditampilkan dengan huruf kapital semua menjadikan jenis font ini bersifat tegas namun cenderung tidak memiliki keterbacaan yang jelas. Sementara itu dari analisis intertekstual dapat diketahui bahwa topik infografis Pajak Payudara diambil dari argumen seorang tokoh *Stand Up Comedy* yaitu Raditya Dika saat merespon persoalan atau fenomena yang sedang *booming* pada tahun 2011. Raditya Dika berargumen melewati akun twiternya, menyatakan bahwa: “Operasi payudara Melinda De dibiayai pemerintah. Berarti pake duit pajak. Berarti ada duit gue jg. Berarti sebagian payudara MD milik gue”.

b. *Discourse Practice*

Malesbanget.com merespon sebuah fenomena yang sedang *booming* di media baik pemberitaan ataupun media sosial. Kasus penyalahgunaan pajak merupakan salah satu masalah dalam masyarakat yang tidak terselesaikan dan menjadi sorotan dari berbagai pihak, termasuk para pelawak yang memberikan komentar berupa sindirannya. Sindiran atau nyinyiran dari sosok pelawak *Stand Up Comedy* Raditya Dika di media sosial *twitter* menjadi topik yang dijadikan objek permasalahan. Tentu saja ujaran seorang tokoh pulik figur pelawak

terkenal tersebut menjadi sorotan berbagai elemen masyarakat. Sebuah ujaran yang cukup kontroversial, aneh, dan basa-basi sebagai sebuah sindiran. Permainan logika mewarnai ujaran tersebut, sehingga membutuhkan proses berfikir yang keras untuk dapat memahami pesan tersebut. Di sini MBDC Media merespon hal tersebut dengan memberikan jawaban atau pembuktian dari ujaran Raditya Dika tersebut melalui infografis humornya. Ketika infografis memberikan informasi melalui teks verbal dan visual menggunakan bahasa penyampaian pesan yang berbasa-basi, maka akan berkaitan dengan khalayak *audience* yang mengonsumsinya. Khalayak pengonsumsi terlihat antusias terhadap infografis Pajak Payudara, mereka berkomentar dan menanggapi teks infografis yang di komunikasikan menggunakan bahasa jargon, basa-basi dan humor. Unsur teks verbal dan visual yang mengarah pada unsur seksualitas menjadi daya tarik khalayak *audience* dalam meresponnya melalui kolom komentar dan menu *share* yang ada dalam *website* malesbanget.com.

c. *Sociocultural practice*

Infografis Pajak Payudara merupakan respon dari fenomena sosial yang sedang ramai diperbincangkan di media. Ujaran basa-basi dari seorang publik figur Raditya Dika telah menjadi fenomena sosial yang masif diperbincangkan. Sehingga MBDC Media membuat infografisnya sebagai pembuktian secara logis atas ujaran yang basa-basi tersebut agar terlihat benar dan tidak sekedar basa-basi. Akan tetapi karena yang dibuktikan merupakan tuturan berbentuk humor yang mengarah kepada bagian intim tubuh perempuan, pada akhirnya teks yang muncul dalam infografis juga tidak jauh dari unsur basa-basi dan humor yang berfungsi untuk menghibur keresahan masyarakat.

Perlu untuk dipahami dari pengaruh teks verbal dan visual infografis yang diselewengkan kedalam unsur seksualitas terhadap perilaku khalayak *audience* di ranah dunia siber. Teks yang hadir memicu fantasi yang berlebihan dari khalayak *audience*. Realitas di

dunia maya, seseorang bebas berkomentar dan berkomunikasi dengan meninggalkan batas-batas realitas dalam kehidupan nyata. Menurut Baudrillard dalam Hadi (2005: 6) menyatakan bahwa kecenderungan kebudayaan (realitas virtual) yang terjadi dewasa ini telah mengalami penyebaran yang hampir tidak tampak, yakni bertumbuh kembangnya makna dan realitas. Sehingga disadari atau tidak, semakin banyak manusia menerima “salinan” sebagai sesuatu yang asli. Melalui komunitas virtual yang ada dalam *website* malesbanget.com khalayak diberikan kesenangan melalui hiburan dan rekayasa citra yang disuguhkan media melalui teks infografis humor yang hadir. Seperti dikatakan Virilio dalam Hadi (2005: 19), trik dan strategi yang diciptakan secara lihai dalam media memungkinkan masyarakat kontemporer untuk menjadikan sesuatu yang supranatural, imajiner, bahkan yang tidak masuk akal menjadi tampak (sebagai realitas). Di sini khalayak pengonsumsi teks infografis humor malesbanget.com sudah tidak lagi memperhatikan teks dari segi kebenaran ataupun nilai-nilai yang harus ada dalam informasi grafis. Khalayak hanya memiliki tujuan untuk bersenang-senang dalam *website* dan melupakan realitasnya di kehidupan nyata beserta nilai-nilai kehidupan nyata, seperti norma, moral, dan etika. Sehingga realitas seperti yang terlihat dalam komunitas virtual dalam *website* malesbanget.com menjadikan gaya hidup yang bebas dan lumrah dalam budaya siber saat ini.

2. Infografis berjudul Pekerjaan Haram



Gambar 2. Infografis Pekerjaan Haram, tahun 2015, berjenis *Statistical Bases Infographics*, bermuatan humor sindiran (satire), sumber: malesbanget.com

a. *Teks Analysis*

Wacana yang dikembangkan dalam teks infografis Pekerjaan Haram adalah mengenai perbandingan antara pekerjaan haram dengan halal. Dari analisis teks, diketahui bahwa teks verbal dituturkan menggunakan bahasa *nonstandar* (bahasa pergaulan), yang terlihat pada kata “Lari cepet”, “Menggasak” dan lain-lain. Bahasa *nonstandar* sering digunakan sebagai bahasa pergaulan, atau digunakan oleh kaum terpelajar dalam bersenda-gurau, humor, sarkasme atau menyatakan ciri-ciri kedaerahan (Keraf, 2002: 104). Tata bahasa yang digunakan dalam teks cukup beragam, ada yang berupa proses mental (pada teks *headline*, mucikari online, preman, begal dan maling ayam), keadaan (pada teks koruptor, gembong ekstasi, pembunuh bayaran, bandar bola, dan maling ayam), tindakan (pada teks begal). Apabila dilihat dari segi aktor yang ditampilkan dalam teks, terdapat bentuk bahasa partisipan. Kemudian, bahasa yang bersifat perbandingan juga muncul untuk membandingkan antara satu pernyataan dengan pernyataan lainnya dalam teks ini.

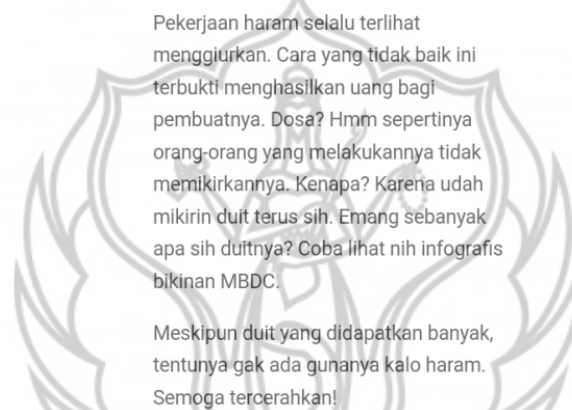
Sementara itu teks visual yang hadir, terlihat bahwa ilustrasi mendukung wacana yang disampaikan teks verbal. Terlihat bahwa pada statistik pendapatan pekerjaan haram terdapat upaya pendistorsian data pendapatan perbulan yang dilebih-labihkan. Sementara itu ilustrasi kartun yang muncul dibuat semenarik mungkin untuk mendukung wacana yang ada, yaitu melebih-lebihkan keuntungan pekerjaan haram atas pekerjaan halal. Pekerjaan haram dicitrakan sebagai pekerjaan yang mumpuni dan lebih menggiurkan daripada pekerjaan halal.

b. *Discourse Practice*

Teks infografis Pekerjaan Haram diproduksi atas respon terhadap maraknya tindakan kriminal dalam masyarakat yang meningkat tajam pada tahun 2015 terutama di wilayah Jabodetabek. Kejahatan tentang narkoba, pembunuhan, terorisme, pemerkosaan, premanisme, kejahatan jalanan, koruptor meningkat tajam. Kapolda Metro Jaya, Irjen Pol Tito Karnavian mengatakan, jumlah total peristiwa kriminal

menonjol di wilayah hukum Polda Metro meliputi tujuh jenis dimana jumlah sebanyak 6.267 kasus, sementara tahun 2014 sebanyak 5.985 kasus. “Jadi mengalami kenaikan 282 kasus atau sebesar 4,71 %” kata Kapolda (<http://www.beritasatu.com>, diakses pada 17 Juli 2017).

Berbagai tindakan kriminal tersebut yang menjadi masalah yang tidak terselesaikan dalam masyarakat. Sesuai dengan motivasi dan strategi MBDC Media, infografis Pekerjaan Haram dijadikan jawaban atas permasalahan yang tidak terselesaikan tersebut. Dalam tampilan di *website* yang menyajikan infografis Pekerjaan Haram terdapat sebuah teks pengantar. Berikut ini teks pengantar tersebut:

The image shows a text block centered on a background featuring a large, faint watermark of the Garuda Pancasila, the national emblem of Indonesia. The text is presented in two paragraphs. The first paragraph discusses the prevalence of haram jobs, the difficulty of finding legitimate work, and the temptation of money, while questioning the morality of such actions. The second paragraph states that even if the money is plentiful, it is useless if it is haram, and ends with a religious wish for enlightenment.

Pekerjaan haram selalu terlihat menggiurkan. Cara yang tidak baik ini terbukti menghasilkan uang bagi pembuatnya. Dosa? Hmm sepertinya orang-orang yang melakukannya tidak memikirkannya. Kenapa? Karena udah mikirin duit terus sih. Emang sebanyak apa sih duitnya? Coba lihat nih infografis bikinan MBDC.

Meskipun duit yang didapatkan banyak, tentunya gak ada gunanya kalo haram. Semoga tercerahkan!

Gambar 3. Kata pengantar teks infografis Pekerjaan Haram, sumber: malesbanget.com

Teks pengantar tersebut membuktikan bahwa infografis yang diproduksi merupakan upaya memberikan jawaban atas masalah tentang semakin digemarinya pekerjaan haram (tindakan kriminal) oleh masyarakat. Di sini malesbanget.com lebih menyoroti persoalan pendapatan (uang) yang menjadi daya tarik utama dari pekerjaan haram. Oleh karena itu wacana teks infografis yang muncul pun merupakan perbandingan pendapatan antara pekerjaan haram dengan pekerjaan halal.

Kemudian dari konsumsi teks dapat diketahui bahwa khalayak *audience* merespon teks infografis dengan saling berdiskusi mendiskusikan tentang permasalahan dalam teks, berpendapat setuju dan

tidak setuju, ataupun berdiskusi tentang pengalaman pribadi yang berkaitan dengan teks infografis atas dasar pengalaman pribadinya.

c. *Sociocultural Practice*

Infografis dapat digunakan sebagai penyajian data yang didistorsikan informasinya sesuai wacana atau kebutuhan yang diinginkan agar informasi dapat dianggap benar dan sesuai realitas. Infografis Pekerjaan Haram berusaha menyadarkan khalayak bahwa sebab maraknya aksi kejahatan sebagai pekerjaan haram adalah faktor pendapatan yang menggiurkan. Pekerjaan haram selalu lebih unggul pendapatannya dibanding pekerjaan halal. Infografis tersebut merupakan jawaban dari malesbanget.com atas permasalahan penyebab tindakan kriminal yang semakin tinggi pada tahun 2015. Walaupun dituangkan melalui infografis, akan menyisakan pertanyaan dari khalayak apabila data yang divisualisasikan tidak objektif. Apalagi terdapat pendistorsian data yang sering dilakukan. Jadi selain menjadi sarana informasi dan hiburan, infografis tersebut juga menjadi media propaganda untuk saling bertukar pendapat bagi khalayak *audience*.

3. Infografis berjudul Cara Mencoblos Yang Benar



Gambar 4. Infografis Cara Mencoblos Yang Benar, dipublikasi tahun 2014, berjenis *Proses Bases Infographic*, Bermuatan humor sex, sumber: malesbanget.com

a. *Teks Analysis*

Wacana yang dikembangkan dalam teks infografis Cara Mencoblos Yang Benar adalah langkah-langkah proses mencoblos dalam pemilu legislatif pada tahun 2014. Dari analisis teks, diketahui bahwa teks verbal menggunakan bahasa *nonstandar* (bahasa gaul) dan keseluruhan teks dituturkan dengan bahasa direktif yaitu mengajak untuk melakukan sesuatu sesuai arahan. Bentuk layout yang digunakan berbentuk panel alur *terjukstaposisi* (Saling berdampingan) dalam urutan tertentu. Terdapat tuturan teks verbal yang disimpangkan kedalam humor sex pada panel-panel tertentu, sehingga ilustrasi yang muncul ikut memvisualkan dalam bentuk ikon ataupun simbol-simbol yang juga mengarah kepada unsur seksualitas ataupun pornografi. Terdapat ikon alat kelamin pria pada panel nomor 6, darah pada nomor 9, dan pornoteks pada panel nomor 10. Menurut Bungin (2005: 124) adanya karya pencabulan (porno) yang ditulis sebagai naskah cerita atau berita dalam berbagai fersi hubungan seksual, dalam berbagai bentuk narasi, kontruksi cerita, testimonial, cerita pribadi secara detail dan vulgar, sehingga pembaca merasa seakan-akan menyaksikan sendiri, mengalami atau melakukan sendiri peristiwa hubungan-hubungan seks itu dapat disebut sebagai Pornoteks. Jenis ilustrasi yang digunakan adalah teknik blok (*silhouette*) dengan gaya desain Beggarstaff. Teknik blok tersebut mengutamakan kecepatan produksi. Jauh sebelum teks infografis dari malesbanget.com ini dipublikasi, terdapat teks cara mencoblos yang benar dalam pemilu legislatif yang dikeluarkan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum). Kemudian satu hari menjelang pemilu malesbanget.com memproduksi teks infografis Cara Mencoblos Yang Benar dengan sentuhan humornya.

b. *Discourse Practice*

Teks infografis Cara Mencoblos Yang Benar diproduksi mengambil fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat, yaitu kondisi menjelang dilaksanakannya umum legislatif pada tanggal 9 April tahun

2014. Teks infografis Cara Mencoblos Yang Benar diproduksi pada tanggal 8 April yaitu satu hari menjelang pemilihan umum tersebut dilaksanakan. Infografis yang diproduksi merupakan upaya memberikan informasi kepada masyarakat tentang cara mencoblos yang benar saat pemilu legislatif yang akan digelar keesokan harinya. Kemudian dari praktik konsumsi teks ditemukan kecenderungan bahwa khalayak lebih menyoroti teks infografis yang disimpangkan kedalam humor sex dan *trend selfie* sebagai basa-basi. Ketika itu terjadi khalayak antusias dan terbawa ke dalam tuturan humor tersebut serta saling berbalas komentar dalam *website* malesbanget.com. Melalui publikasi di ranah media internet membuat infografis malesbanget.com lebih dekat dengan khalayak *audience*.

c. Sociocultural Practice

Wacana yang muncul dari infografis Cara Mencoblos Yang Benar merupakan merespon atas situasi saat adanya event pesta demokrasi yaitu pemilu legislatif pada tahun 2014. Infografis Cara Mencoblos Yang benar digunakan untuk berbasa-basi sosial sebagai hiburan kepada masyarakat. Hal tersebut terlihat dari penyelewengan informasi yang disampaikan melalui humor sex dan fenomena sosial yang sedang terjadi di masyarakat. Penggunaan media infografis dapat mendukung wacana basa-basi sosial karena sejatinya dalam infografis selalu memiliki sebuah kisah (cerita). Melalui kisah tersebutlah sebuah basa-basi sosial baik berbentuk humor sex atau *trend* sosial dapat dimasukkan sebagai hiburan.

Teks humor sex yang muncul menyesuaikan *trend* humor pada waktu tersebut. Menurut wawancara dengan penulis, Aulia Soemitro selaku in Chief-Head of Distribution Content malesbanget.com (13 Juli 2017) menyatakan bahwa, tren humor yang sedang *booming* pada tahun 2014 sebagian besar adalah black humor atau humor berbau seksual (pornografi)". Di sini MBDC Media memanfaatkan situasi tersebut untuk dijadikan sebagai strategi humornya. Teks infografis Cara Mencoblos

Yang Benar juga menyoroti tren dan kebiasaan masyarakat saat mencoblos. Saat itu kebiasaan di kalangan masyarakat saat pemilu berlangsung adalah foto *selfie* jari bertinta.

Tuturan baik teks verbal maupun visual yang memvisualkan bahasa penyampaian pesan yang *remeh-temeh* (tidak penting), ringan, basa-basi, dan humor sex, memiliki polemik yang berhubungan dengan budaya masyarakat terutama dalam dunia siber. Penyimpangan-penyimpangan tersebut sengaja dibuat oleh pembuat teks berdasarkan tren humor sex yang sedang naik pada tahun 2014. Ketika Institusi media menggunakan isu-isu porno sebagai objek pemberitaan ataupun proses pemberitaan, maka informasi dan pemberitaan berbau porno tersebut akan sangat cepat meluas sebagai pengetahuan masyarakat. Praktik tersebut merupakan konstruksi media di era budaya siber yang semakin pesat ini. Kemudahan mencari hiburan termasuk pornografi di ruang siber sebagai pemuas kebutuhan biologi manusia (*seks*) menjadi hal yang tak terelakkan lagi. Oleh karena itu, isu-isu porno tersebut telah menjadi bagian fungsionalis efektif dijadikan komoditas oleh institusi media. Realitas dunia virtual menjadi wahana sebagai media pemasaran yang tidak lagi dan terbungkus oleh sekat-sekat geografis, ideologis, batasan normatif, dan etis karena ruang dan waktu tidak lagi menjadi penghalang bagi masyarakat global dalam menjelajahnya. Hadi (2005: 4) mengatakan bahwa realitas virtual memberi janji dan jaminan yang lebih dari sekedar “nihilisme” atau “realitas kosong” untuk memenuhi hasrat “utilitarian” manusia. Utilitarianisme adalah suatu sikap yang menunjukkan bahwa kebenaran dan kesalahan ditentukan oleh banyaknya kesenangan dan ketidaksenangan yang diakibatkannya. Oleh karena itu, apabila dikaitkan dengan realitas sosial atas teks infografis yang muncul dalam *website* malesbanget.com dapat diketahui bahwa strategi media dalam memproduksi teks tidak lepas dari realitas tersebut. Bahwa melalui penggunaan bahasa *nonstandar* (pergaulan) dan strategi humornya teks infografis disesuaikan dengan minat atau keinginan

khalayak *audience* dalam mencari kesenangan di dunia siber. Kecenderungan yang paling disenangi orang diantaranya adalah: sex, uang dan kesehatan. Melalui hasrat kesenangan manusia tersebutlah teks infografis dianggap sebagai sesuatu yang wajar dan sah-sah saja bagi khalayak *audience*. Di sini mengandung pengetahuan bahwa, khalayak memiliki hasrat untuk mencari kesenangan dalam *website* humor tersebut dan mengonsumsi serta menanggapi teks sebagai hiburan semata. Hal tersebut merupakan realitas virtual saat ini. Menanggapi hal tersebut letak kontrol dan kendali komunikasi di dunia siber dikembalikan lagi pada diri pemakai (*user*) bukan pada pencipta atau medium komunikasi.

4. Infografis berjudul Cewek Idaman Para Cowok



Gambar 5. Infografis Cewek Idaman Para Cowok, dipublikasi tahun 2013, berjenis *Statistical Bases Infographics*, bermuatan humor plesetan, sumber: malesbanget.com

a. *Teks Analysis*

Wacana yang dikembangkan dalam infografis Cewek Idaman Para Cowok adalah berkaitan dengan hasil *polling* tipe-tipe cewek yang disukai para cowok. Dari analisis teks, diketahui bahwa teks verbal menggunakan bahasa *nonstandar* (bahasa gaul) dan terdapat kata-kata *slang* yang muncul sebagai perwakilan dari humor plesetan. Kata *slang* adalah kata-kata *nonstandar*, yang disusun secara khas, atau kata-kata

biasa yang diubah secara *arbitrer* atau kata-kata kiasan yang khas, bertenaga dan jenaka, yang dipakai dalam percakapan (Keraf, 2002: 108). Kata *slang* tersebut muncul pada teks tipe badan yang disukai cowok, seperti “Semok”, Kutilang darat ala model”, “Toge pasa”, dan lain-lain. Kemudian terdapat juga tata bahasa yang berbentuk proses mental pada *headline*, tindakan pada *bodycopy* dan *baseline*, serta bentuk kalimat tanya pada *tagline*.

Sementara itu ilustrasi yang muncul berjenis kartun yang menggambarkan teks verbal yang diacunya. Pada teks infografis muncul ilustrasi tipe rambut perempuan panjang bergelombang, badan perempuan, alat memasak, handphone, dan ikon media sosial. Kemudian tipografi yang digunakan dalam *headline* dan *subheadline* berjenis dekoratif dan diberi bermacam warna, sehingga keterbacaan dari teks verbal berkurang. Teks visual yang hadir mempresentasikan teks verbal yang menggunakan bahasa pergaulan dan kata-kata *slang* yang menjurus kepada referensi tubuh perempuan dan gaya hidup anak muda seperti percintaan dan kecantikan. Di sini erotisme tubuh juga muncul dalam ilustrasi tipe badan semok (seksi montok).

Melalui teks infografis Cewek Idaman Para Cowok, wanita distereotipekan bahwa: 1) cewek yang berambut panjang bergelombang adalah wanita yang paling laku (diidam-idamkan) laki-laki, sedangkan wanita bermodel rambut lurus panjang, pendek, Bob, gimbal dan cepak tidak begitu disukai oleh cowok. 2) Seolah laki-laki hanya melihat bentuk fisik dari seorang perempuan sebagai pemuas kebutuhan akan hasrat seksualnya. Wanita yang seksi montok, petite (kimcil), toket gede paha besar dll, dijadikan pilihan yang ditawarkan kepada laki-aki. 3) Kelebihan dari seorang wanita idaman adalah pintar memasak. 4) Wanita digambarkan sebagi sosok yang selalu menuntut sesuatu kepada laki-laki. 5) Wanita digambarkan sebagai sosok yang menyusahkan pihak laki-laki.

b. Discourse Practice

Teks infografis Cewek Idaman Para Cowok yang diproduksi merupakan hasil dari *polling* yang dilakukan terhadap *audience*. Polling cewek MBDC dilakukan secara bertahap. *Audience* diberikan pertanyaan untuk menjawab melalui pilihan yang telah disediakan oleh MBDC Media. Pertanyaan yang disuguhkan berkaitan dengan tipe-tipe fisik dari cewek, dan juga sikap cewek yang disukai oleh cowok. Dalam *polling* yang dilakukan, *audience* yang disasar tidak hanya para laki-laki, perempuanpun diperbolehkan ikut memilih melalui *polling* tersebut. Terlihat antusiasme *audience* yang ikut menyuarakan pendapatnya melalui *polling* tersebut. Sebanyak 2.940 *vote* masuk dalam satu *polling* pertanyaan. Di sini teks muncul atas dasar mendekati diri (malesbanget.com) dengan khalayak *audience*. *Audience* didekati melalui realitas gaya hidupnya. Gaya hidup tentang hubungan asmara, jodoh, pacaran dan percintaan mencoba dikonstruksikan melalui wacana teks infografis. Sementara itu dari praktik konsumsi teks, diketahui bahwa respon khalayak *audience* cenderung mengujarkan kata-kata tidak seronok dan mengunggah gambar-gambar porno melalui kolom komentar. Khalayak *audience* ikut terkonstruksikan referensinya atas teks yang hadir melalui hasratnya yang diluapkan di kolom komentar.

Pada dasarnya interpretasi khalayak tersebut merupakan pendapat perasaan pribadi dalam merespon teks infografis humor malesbanget.com. Hal yang perlu diperhatikan dalam realitas saat ini adalah kaburnya identitas seseorang dalam dunia siber. Seseorang dapat memalsukan identitasnya (*anonim*) dalam berkomunikasi di dunia siber. Sehingga batasan-batasan komunikasi menjadi hilang dengan semakin bebasnya seseorang menggunakan identitasnya tanpa diketahui realitas dalam kehidupan nyatanya. Hal tersebut dikarenakan dunia maya memiliki realitasnya sendiri yang disebut sebagai realitas buatan (*Hyperreality*).

c. *Sociocultural Practice*

MBDC Media memanfaatkan infografis sebagai media untuk meningkatkan popularitas *website* melalui pendekatan fenomena sosial yang dikonstruksikan melalui infografis. Fenomena sosial yang berkaitan dengan gaya hidup bebas, kecantikan, dan percintaan merupakan konstruksi citra yang ditampilkan dalam teks. Melalui citra, identitas subjek perempuan distereotipekan dalam teks infografis sebagai daya tarik khalayak *audience*. Munculnya kata *slang* yang menjerus kepada referensi erotisme tubuh perempuan dan juga gaya hidup bebas anak muda menyebabkan khalayak *audience* berfantasi melalui kolom komentar.

Di era budaya siber ini yang menjadi persoalan adalah bahasa yang disebut bahasa *cyberspace* atau bahasa metaforis. Menurut Hadi (2005: 97), bahasa *cyberspace* memproduksi dan menstimulasi simbol-simbol kebahasaan lewat produksi citra atau simulasi tanda. Dalam sistem simulasi Baudrillard dalam Hadi (2005: 97) menyatakan bahwa dalam konteks bahasa *cyberspace*, setiap makna, setiap tanda ataupun citra tidak mengacu pada realitas sesungguhnya, ia hanya merupakan permainan bahasa yang tidak ditujukan untuk mencapai komunikasi pesan yang efektif dan kedalaman makna komunikasi, melainkan sekedar kesenangan bermain dengan bahasa dan kenikmatan yang disebut Roland barthes sebagai *jouissance*, atau diistilahkan oleh Baudrillard sebagai “ekstasi komunikasi”.

Melalui kesenangan-kesenangan yang ditawarkan media melalui infografis Cewek Idaman Para Cowok menjadi daya tarik untuk meraih minat khalayak *audience*. Tawaran tersebut didukung dengan media internet yang serba memiliki realitas yang bebas dalam berkehidupan, baik berkomunikasi, maupun sekedar mencari hiburan.

D. Kesimpulan

Dari analisis teks dapat disimpulkan, bahwa ketika pesan teks verbal menggunakan bahasa gaul, ringan, *remeh-temeh* (tidak penting) atau strategi humor lainnya dikomunikasikan melalui media infografis, maka di sini unsur visual infografis hanya ikut mempresentasikan bahasa yang ringan tersebut. Peran teks visual khususnya ilustrasi hanya sebagai penggambaran secara simbolis atas teks verbal yang dituturkan menggunakan bahasa *nonstandar* (bahasa gaul), tidak penting dan ringan serta yang kaya akan permainan bahasa pendukung humor, baik humor sex, humor olah logika, sindiran dan plesetan. Oleh karena itu penggunaan unsur-unsur desain baik ilustrasi, layout, tipografi, warna, kesederhanaan dan kejelasan dari sebuah desain menjadi kurang eksploratif dan terkesan hanya mengikuti pesan yang remeh-temeh, ringan tersebut.

Dari *discourse practice* yang menganalisis uraian produksi dan konsumsi teks dapat disimpulkan bahwa yang diwacanakan dalam infografis humor malesbanget.com adalah perilaku-perilaku menyimpang masyarakat yang mencerminkan realitas gaya hidup bebas masyarakat di era globalisasi budaya. Wacana yang berkaitan dengan gaya hidup bebas dalam masyarakat seperti kehidupan percintaan, sex, pornografi, tindakan kriminal, cara berbicara, ataupun perilaku negatif lainnya dalam masyarakat merupakan realitas sosial yang dikonstruksikan dan dibicarakan dalam teks. Wacana tersebut diproduksi oleh MBDC Media untuk mendekatkan pemahaman dengan khalayak *audience* yang disesuaikan melalui gaya hidupnya. Sehingga di sini media dapat menjadi cerminan dari realitas sosial yang ada pada konteks tersebut.

Dari segi *sociocultural practice*, diperoleh kesimpulan bahwa infografis humor malesbanget.com cenderung mengarah pada sisi hiburan dari pada nilai komprehensifnya. Secara langsung media infografis humor malesbanget.com membawa perubahan sosial masyarakat dalam berkomunikasi di dunia siber. Melalui basa-basi, pendistorsian informasi, stereotipe dan bentuk humor, MBDC Media mempergunakan infografis

sebagai strategi meraih minat khalayak *audience* melalui internet. Secara langsung hal tersebut merupakan strategi ekonomi politik media untuk memberikan ruang bagi masyarakat agar larut dalam budaya siber sebagai gaya hidup baru. Melalui kolom komentar dalam *website*, masyarakat dapat saling berkomunikasi, berdebat, beradu pendapat, sehingga lahir gaya hidup bebas dalam *website* tersebut. Melalui menu *share*, mereka dapat menyebarluaskan teks infografis tersebut kepada masyarakat luas. Akibatnya, masyarakat menjadi bebas berkomunikasi Melampaui nilai etika berkomunikasi dalam dunia siber. Mereka bebas mengemukakan pendapat, berkata kotor, mengunggah gambar porno, dan saling caci makipun kadang hadir mewarnai ruang siber. Melalui media internet ataupun *website* khalayak *audience* menjadi serba bebas mengekspresikan pendapatnya atas teks dalam infografis. Hal tersebut menjadi ladang bagi MBDC Media untuk meraih keuntungan. Melalui strategi media, MBDC sengaja membuat infografis tersebut sebagai media yang tidak lain dan tidak bukan adalah untuk meningkatkan popularitas *website* malesbanget.com.

Daftar Pustaka

Buku

Bungin, Burhan, 2005, *Pornmedia: Sosiologi Media, Kontruksi Sosial, Teknologi Telematika, & Perayaan Seks Di Media Massa*, Jakarta: Kencana.

Eriyanto, 2001, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.

Fairclough, Norman, 2003, *Language and Power, Relasi Bahasa, Kekuasaan dan Ideologi*, Malang: Boyan Publising.

Hadi, Astar, 2005, *Matinya Dunia Cyberspace: Kritik Humanis Mark Slouka Terhadap Jagat Maya*, Yogyakarta: LkiS.

Keraf, Gorys, 2002, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Oetomo, dharma, 2007, *Pengantar teknologi internet: konsep dan aplikasi*, Jakarta: Andi.

Pahlevi, Andreas Syah, 2013, Tesis, *Perancangan Aplikasi Infografis Dalam Kampanye Sosial Untuk Mendukung Aktivitas Corporate Social Responsibility De Tanjung*, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Wijana, J. Dewa Putu, 2003, *Kartun*, Yogyakarta: ombak.

Yuhefizar, 2008, *10 Jam Menguasai Komputer*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Internet

<http://malesbanget.com/>. Diakses pada tanggal 10 maret 2016 pada pukul 19.45 Wib.

<https://id.techinasia.com/daftar-website-humor-indonesia>. Diakses pada tanggal 04 Maret 2017 pada pukul 10.10 Wib.

<http://www.beritasatu.com/hukum-kriminalitas/338558-tahun-2015-tingkat-kejahatan-di-jadetabek-tinggi.html>. Diakses pada tanggal 17 Juli 2017 pada pukul 13.38 Wib.

<https://www.kbbi.web.id/remeh>. Diakses pada tanggal 2 September 2017 pada pukul 09.14 Wib.