

Article Info:

Received Date: 25 February 2021

Accepted Date: 20 May 2021

Published Date: 24 May 2021

Corresponding Author: izzal@fskik.upsi.edu.my

Fenomena Viral Media Sosial sebagai Eksposisi Tema dalam Pendekatan Karya Seni Catan

Viral Phenomenon of Social Media as A Theme Exposition in Painting Approach

Izzal Khairi Ramli*, Abdul Aziz Zalay @ Zali, Mohd. Fauzi Sedon @ M. Dom

Jabatan Seni dan Reka Bentuk, Fakulti Seni, Komputeran dan Industri Kreatif,
Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjong Malim, Perak, Malaysia

To cite this article (APA): Ramli, I. K., Zalay @ Zali, A. A., & Sedon @ M. Dom, M. F. (2021). Viral Phenomenon of Social Media as A Theme Exposition in Painting Approach. *KUPAS SENI: Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni*, 9(1), 58-67. <https://doi.org/10.37134/kupasseni.vol9.1.6.2021>

To link to this article: <https://doi.org/10.37134/kupasseni.vol9.1.6.2021>

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menterjemah identifikasi fenomena viral media sosial sebagai eksposisi tema dalam pendekatan karya seni catan. Isu penularan fenomena sosial ini senantiasanya menjadi polemik dan topik perbahasan di kalangan masyarakat umum lantaran kesan dari sifat popular, sensasi atau kontroversi yang wujud. Refleksi dari perihal ini diolah semula melalui interpretasi konsep subjek, objek dan tema menerusi anatomi isu karya seni catan. Reka bentuk penyelidikan adalah berasaskan praktis seni menerusi metodologi kajian studio seni halus yang melibatkan tiga kriteria asas iaitu hujahan utama, konteks dan karya seni. Data kajian dianalisis dengan menggunakan teori studio praktis oleh Sullivan melalui aktiviti refleksi, kontekstual dan reflektif menerusi tinjauan pendekatan konteks isu, komponen isu dan interpretasi isu. Dapatan kajian menunjukkan lima aspek yang dikemukakan menerusi pilihan eksposisi tema merangkumi viral atas nilai kandungan, format dan bentuk, petikan kata dan ungkapan ringkas, media dan medium serta individu dan figura. Kaedah pendekatan heuristik bersandarkan pengalaman individual dapat membantu penyelidik mengupas dan mendokumentasi dasar hujahan utama penyelidikan melalui konsep *visual dialectic* oleh Marshall. Implikasi dari kajian ini boleh dijadikan panduan asas dalam membuat deskriptif dan justifikasi karya. Kesimpulannya, penulisan ini merupakan suatu proses kreatif dalam merungkai rasional kupasan isu dan tema berlandaskan interpretasi subjek dan objek menerusi metodologi dan teori kajian studio seni halus.

Kata kunci: Viral, Media Sosial, Eksposisi, Tema, Seni Catan

ABSTRACT

This study aims to interpret the viral social media phenomenon as a theme exposition in the painting approach. The issue of social phenomena transmission is always a polemic and a topic of debate among the general public due to the inherent popular, sensational or controversial nature. The reflection of this description is reworked through the interpretation of subjects and objects through artwork's anatomy. Research design is based on art practice through fine art studio study methodology, which involves three main criteria: Central Argument, Context, and Artwork. Study data were analyzed using theorizing studio art practice by Sullivan through Reflection, Contextualization and Reflexivity activities with an overview of issue interpretation approaches, issue contexts and issue components. The findings showed that five aspects presented through the theme exposition options included viral over content values, format and form, quotations and short expressions, media and mediums, and individuals and figures. Heuristic approach methods based on individual experience can help researchers peel off and document the central argument policies of research through the concept of visual dialectic by Marshall. Implications from this study can be used as an essential guide in making a descriptive and justifying

work. In conclusion, this writing is a creative process in unravelling the rationale of peeling issues and themes based on the interpretation of subjects and objects through the methodology and theory of fine art studio research.

Keywords: *Viral, Social Media, Exposition, Theme, Painting*

PENGENALAN

Dewasa ini, apa sahaja yang popular dan menjadi perhatian masyarakat umum seringkali dilabelkan sebagai viral. Situasi dunia tanpa sempadan kini, khasnya melalui penggunaan media sosial mampu menjadi titik tolak kepada pemasaran perniagaan, jika masyarakat bijak dalam mengambil peluang dan mengatur strategi (Halim, Zakirah, Azmi & Marni, 2019). Terdapat perbezaan yang jelas dalam membandingkan terma viral, pertama dilihat dalam konteks bidang perubatan melalui mekanisme infeksi virus biologi yang tersendiri manakala keduanya pula tentang potensi media dan teknologi komunikasi yang ditunjangi oleh peranan emosi dalam menyampaikan idea yang progresif menerusi suatu kejadian yang tersebar secara cepat dan meluas terutamanya melalui platform digital (Denisova, 2020). Justeru, secara asasnya fenomena viral boleh ditakrifkan sebagai virus atau ejen kecil yang boleh menular dan merebak dari suatu entiti yang biasa kepada luar biasa bergantung kepada norma budaya manusia dalam mengadaptasi fenomena teknologi masakini.

Menurut Supyan Hussin (2017), dalam Mohamad Hasnur (2017), tafsiran perkataan viral ini adakalanya merujuk kepada suatu perkembangan negatif dalam kondisi kesihatan, disamping peranannya dalam mengupas isu sensasi di media sosial yang membawa impak positif dan juga negatif. Selain itu, sesuatu perkara yang menjadi viral mempunyai klasifikasi tempoh masa dan jangka hayat yang tertentu. Ianya boleh melibatkan situasi masa kini ataupun yang telah lepas atas faktor-faktor tertentu yang kompleks. Justeru itu, peredaran tempoh masa ini akan menjadi perakam waktu, masa, ketika dan di mana isu fenomena viral ini berlaku. Hal ini didorong oleh peranan media sosial dalam mengemaskini suatu perkara terkini atau mengimbas kembali sesuatu perkara lepas yang sekaligus bagi menarik perhatian khalayak umum. Rasionalnya, ungkapan viral media sosial boleh merangkumi sesuatu perkara yang pelik, humor, sensasi, mengujakan, fanatik, soal publisiti dan menarik perhatian masyarakat.

Secara jelasnya viral media sosial ini boleh diklasifikasikan kepada setiap status, gambar, foto, video dan segala informasi atau seumpamanya yang tersebar secara pantas dan meluas (Musawerul Hakam, 2018). Menurut West (2011) antara yang menyumbang video menjadi fenomena di internet mengandungi 9 faktor iaitu 1) panjang tajuk (*title length*); 2) durasi atau jangka masa (*run-time*); 3) elemen ketawa atau humor (*element of laughter*); 4) elemen kejutan (*element of surprise*); 5) elemen atau unsur ironi (*element of irony*); 6) kehadiran minoriti etnik (*ethnic minority presence*); 7) kualiti muzik (*musical quality*); 8) belia atau orang muda (*youth*) dan terakhir 9) bakat (*talent*). Aspek kriteria yang dinyatakan ini merupakan salah satu ciri utama menyebabkan sesuatu perkara itu menjadi viral menerusi kandungan hantaran status sosial, gambar, video atau informasi bercirikan maklumat. Sesungguhnya, jangkitan virus itu mempunyai vaksin atau penawar yang tersendiri bergantung kepada cara kita mengatasi dan membendungnya.

Maka, permasalahan virus viral ini juga sebenarnya mempunyai resolusi jika masyarakat dapat memahami apa yang menyebabkan dan menyumbang sesuatu perkara itu menjadi viral dalam menentukan baik atau buruknya impak viral tersebut. Sehubungan dengan itu, kitaran proses dalam memberi, menerima dan menyebarkan sesuatu kandungan yang mempunyai entiti yang bersifat viral ini haruslah dinilai mengikut persepsi dan logik akal yang tersendiri (Zolkipli, 2015). Konklusinya, dalam memberi maklum balas dan respon melalui karya seni juga harus diadaptasi mengikut lunas dan terma yang bersifat neutral. Justeru, eksposisi tema ini merupakan suatu respons reaksi sebagai penyelidik dan pengkarya dalam memberikan kritikan sosial menerusi karya seni catan. Perjelasan selanjutnya adalah berkenaan soal perincian pernyataan masalah yang menjadi keutamaan dalam kajian penulisan ini.

PERNYATAAN MASALAH

Masalah yang sering dibahasakan sejak akhir-akhir ini adalah berkenaan isu viral yang melanda masyarakat terutamanya berkaitan perkara yang mencuri, menarik, mendapat dan meraih perhatian khalayak pengguna internet khususnya. Senario ini senantiasa menjadi polemik dikalangan masyarakat umum khususnya masyarakat maya di media sosial. Media sosial seharusnya menjadi satu platform baharu bagi warga alam maya dalam berkomunikasi soal kebersamaan tanpa batasan atas kemudahan rangkaian internet, bukannya wadah untuk menjadi hero viral (Hussin, 2020). Menurut Mohamad Yaakub dan Ruskam (2019), istilah polemik ini boleh disimpulkan sebagai suatu perdebatan yang panjang mengenai sesuatu isu yang mempunyai elemen kontroversi. Dominasi media digital internet khususnya di platform media sosial kini telah menyumbang kepada sebahagian sumber informasi utama dalam penerbitan isu viral melalui berita atas talian mahupun media massa konvensional (Widiastuti, 2019). Viral telah menjadi sebahagian asam garam kehidupan masyarakat abad ke-21, maka perbincangan mengenai isu semasa ini akan melibatkan kematangan rakyat dalam menentukan buruk dan baiknya viral di media sosial (Raaf, 2015).

Kesannya, jika tak dibendung ia akan senantiasa menular, merebak dan berjangkit seterusnya menjadi wabak dalam masyarakat seperti terjadinya fenomena viral di media sosial. Oleh yang demikian, tujuan penyelidikan ini dijalankan adalah bagi mengidentifikasi persoalan tema dan mengutarakan teori serta konsep idea menerusi konteks isu semasa dalam membuat metafora representasi visual melalui komponen fenomena viral yang dirungkaikan. Justeru, rangkuman pendekatan tema viral ini dimulai dengan proses kupasan subjek melalui konteks isu utama yang diketengahkan atas konsep dan idea. Kemudiannya proses ini divisualkan menerusi tinjauan elemen objek terhadap dimensi komponen isu yang dikemukakan. Seterusnya pula adalah interpretasi isu ke atas platform media sosial akan membawa kepada terjemahan eksposisi tema fenomena viral menerusi eksperimentasi karya seni catan.

FENOMENA VIRAL MEDIA SOSIAL

Pertama, perlu dilihat akan situasi ini adalah datangnya dari pembudayaan dominan manusia berinteraksi menggunakan saluran media alternatif berbanding media arus perdana kini. Justeru, apa sahaja yang dikongsi dan dimuat naik boleh menjadi isu hangat yang menjadi popular untuk diperdebatkan sesama masyarakat melalui saluran media digital internet (Safitri, 2016). Gaya hidup masyarakat hari ini juga semakin berubah apabila lebih banyak masa diluangkan di laman aplikasi seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *WhatsApp*. Namun sejauh mana konsep tular ini memberi kesan kepada masyarakat? (Mohamad Hasnur, 2017). Secara asasnya, masyarakat umum berperanan mencorakkan tingkah laku yang positif ataupun sebaliknya. Khususnya, dalam menerima dan menolak sesuatu perkara yang menjadi viral termasuk dalam konteks penterjemahan karya seni. Seniman adalah merupakan perakam sosial dan budaya.

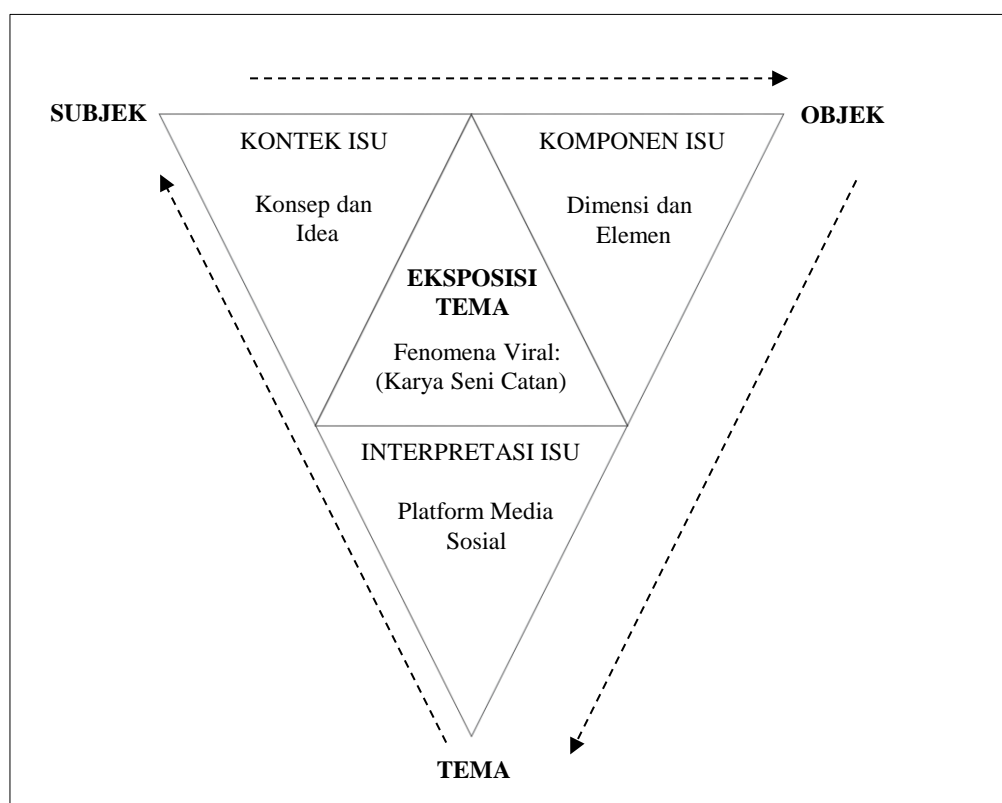
Misalnya, dalam mengadaptasi sesuatu konsep idea dan tema yang terbias dari isu semasa yang melanda kini. Menurut Musawerul Hakam (2018) seni adalah salah satu cara untuk menyampaikan perasaan dan tidak terhad pada kecantikan visual semata-mata, namun lebih menjurus soal ekspresi estetik dan interpretasi mesej di dalamnya. Dalam konteks global, pelukis bernama Alim Smith menjadi viral sekitar tahun 2017 dengan pendekatan karya catan potret berunsurkan gaya *Afro Surrealist* yang merepresentasi estetika ikon etnik kulit hitam berinspirasi corak budaya visual semasa menerusi media sosial yang menghubungkan berjuta-juta orang setiap hari (Lang, 2017). Meninjau dalam skop tempatan pula, hasil lukisan mural yang bertemakan potret wira negara oleh Suhaimi Ali telah mencetuskan fenomena viral di media sosial dalam menzahirkan rasa terima kasih kepada petugas barisan hadapan, pemimpin dan ketua negara (Lajis, 2020).

Dalam ketiga konteks yang diperjelaskan, dapat disimpulkan bahawa pendekatan seni oleh

Alim Smith dalam Lang (2017), menampilkan ikonik figura bersifat seperti lelucon atau *memes* yang ditafsir sebagai budaya jenaka internet yang menarik perhatian masyarakat. Sementara itu, proses pengkaryaan Suhaimi Ali dalam Lajis (2020) pula sebenarnya terkesan secara positif mahupun negatif atas lanjutan peristiwa viral berkenaan mural tersebut yang secara tak langsung menonjolkan profil bakat dirinya di mata masyarakat umum. Seterusnya, Musawerul Hakam (2018), pula menghasilkan karya melalui observasi dan tinjauan atas kejadian viral yang menimpa masyarakat di media sosial. Maka, perihal isu fenomena viral media sosial ini juga menjadi intipati kepada isu dan tema yang akan diuraikan pada bahagian selanjutnya.

INTERPRETASI ISU DAN EKSPOSISI TEMA

Jika ditinjau melalui pernyataan masalah yang dinyatakan, penyelidikan ini secara spesifiknya memberikan suatu olahan interpretasi terhadap isu dan tema fenomena viral ini menerusi eksposisi karya seni catan. Eksposisi adalah membawa maksud pertunjukan, hasil keluaran, kerja pameran, hasil kerja tangan dan pernyataan yang merujuk kepada komen serta penjelasan bertulis dan sistematik tentang sesuatu perkara (Dewan Bahasa & Pustaka, 2005). Justeru, menerusi dapatan penyelidikan ini, ianya boleh dirujuk sebagai hasil karya seni catan yang diterjemahkan menerusi eksperimentasi studio seni halus yang dijalankan mengikut metodologi studio praktis. Kitaran proses kreatif ini digambarkan seperti kerangka konsep yang dirangka seperti Rajah 1, yang merangkumi hubungan di antara konotasi tema, subjek, objek yang membentuk eksposisi tema yang dirungkaikan dalam penyelidikan ini.



Rajah 1. Kerangka Konsep Eksposisi Tema Penyelidikan (Diadaptasi dari Sullivan, 2010).

LATAR BELAKANG KAJIAN

Istilah tema adalah merujuk kepada pokok persoalan yang menjadi dasar sesuatu pembicaraan, wacana, karangan, cerita atau sebagainya (Dewan Bahasa & Pustaka, 2005). Hujahan dasar penyelidikan ini adalah tentang ungkapan persoalan bagaimana sesuatu perkara itu menjadi viral. Untuk merungkai

persoalan pertama ini, perlulah mengenal pasti akan isi kandungannya dahulu. Menurut Al-Rawi (2019) dalam kajiannya tentang berita viral di media sosial, kandungan viral ini ditentukan atas beberapa faktor. Antaranya seperti maklumat utiliti atau nilai praktikalnya, bersifat humor dan mempunyai nilai sosial serta mempunyai kepentingan sosial dan juga disebabkan oleh peranan emosi.

Sementara itu, perkara persoalan kedua yang boleh diketengahkan adalah dengan mengetahui format dan bentuk yang wujud. Permasalahan isu ini pula menjurus kepada sifat melalui jenis dan bentuk format yang ada dalam kandungan viral. Hal ini bersangkut-paut dengan konsep *virality* atau fenomena sosial yang wujud. *Virality* adalah suatu paradigma komunikasi digital dan saluran komunikasi peribadi yang membentuk integrasi global antara media digital dengan media massa menerusi fungsi dan peranan logistiknya dalam menentukan penyebaran maklumat di media sosial (Arjona-Martín, Méndiz-Noguero & Victoria-Mas, 2020). Selain itu ia juga merujuk kepada kecenderungan elemen kandungan yang tersebar dalam komuniti masyarakat yang boleh dikelaskan melalui kandungan berasaskan petikan teks, bercirikan gambar dan media seperti klip video (Guerini, Strapparava & Ozbal, 2011). Walaubagaimanapun, hasil dari tinjauan penyelidikan ini, format yang ada dari gambar, video mahupun teks secara umumnya mempunyai unsur kompleksiti. Sebagai contoh, sifat dari keadaan yang sentiasa ada ciri dan proses perubahan yang berlaku.

Seterusnya, dalam mengupas kelanjutan perkara sebelumnya hujahan tema ketiga adalah bersandarkan petikan kata dan ungkapan ringkas. Justeru, ianya boleh disandarkan dengan mengulas topik *trending* atau hantaran status sosial yang popular. Viral informasi teks ini boleh dilihat menerusi rangkaian info, maklumat, kisah, berita viral, *memes*, *troll*, *tagline*, *parody* atau satira yang masing-masing bersifat kompleks. Dalam pada itu, menurut Hasnat dan Khairani (2018) menerusi kajian imej alegori dengan teks menerusi karya catan, pentafsiran visual gambaran simbolik imej dan teks dapat meningkatkan kesan penghantaran dan penerimaan maklumat yang lebih berkesan serta memberikan inspirasi kepada khalayak dalam konteks kesedaran manusia dan politik. Sehubungan itu, berbalik kepada tema ini, antara faktor yang dikenalpasti mempengaruhi *internet memes* menjadi viral media sosial adalah jumlah perkongsian yang merujuk bilangan *like*, jumlah komen, kandungan teks, masa dan ketika muat naik hantaran dan jenis *memes* (Md Nawawi, Izzudin, Mohd Zulkafli & Januri, 2020).

Dari sudut lain, slogan atau *tagline* viral seperti 'Terlajak Laris' yang telah digunakan oleh syarikat D'Herbs sentiasa menjadi sebutan dan ikutan masyarakat dipelbagai peringkat umur kerana elemen ringkas, padat, tepat, senang diingati serta kreatif (Yahya, Ahmad, Mahmor & Hashim, 2017). Lanjutan daripada isu ini, ia adalah juga adalah merupakan salah satu dari tujuh slogan viral yang terpilih. Setiap slogan sohor kini yang dipilih adalah merangkumi sifatnya yang berunsur retorik, adakalanya dijadikan *punchline*, digunakan sebagai gurauan, idola, sinis, tanda pagar atau sebagainya. Secara lazimnya, situasi ini berlaku disebabkan sifat sensasi atau popularnya sesuatu hantaran sosial yang menjadi perbualan dan perdebatan dalam kontek isu semasa. Selanjutnya, adalah persoalan untuk memahami tataetika keperluan, kehendak dan kepentingan yang wujud dalam landskap media dan medium viral. Dalam konteks ini, ianya boleh dilihat menerusi soal dominasi media baharu khasnya seperti media sosial. Sebagaimana sedia maklum, *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* adalah merupakan suatu platform untuk berkomunikasi, menyebarkan maklumat dan idea, mengekalkan dan memperkukuhkan jaringan sosial masyarakat (Abdul Halim, Azmi, Marni & Jasmi, 2019).

Namun keterbukaan lapangan ini bukanlah satu wadah untuk menjadi tukang berita terawal yang adakalanya dapat mencetus suasana huru-hara dan panik (Hussin, 2020). Justeru, viral boleh menjadi virus yang berupaya membawa kepada pepecahan masyarakat, menggugat keharmonian dan keamanan institusi sosial jika pengguna media sosial tidak meletakkan keutamaan serta sempadan dalam memberi, menerima serta menyebarkan sesuatu isu ataupun perkara popular dan menarik perhatian umum (Zolkipli, 2015) Implikasinya, perkara ini juga menjadi salah satu faktor yang menyumbang kepada virus terjadinya isu fenomena viral di platform media sosial. Di samping itu, bagi meletakkan konsep seterusnya, penyelidik membuat identifikasi bahawa fenomena viral media sosial ini adalah tidak asing lagi bagi menampilkan seseorang individu atau figura. Individu adalah merupakan sifat yang membezakan seseorang daripada yang lain atas pengaruh yang ada. Sementara itu, figura pula bermaksud sesuatu yang melambangkan, menggambarkan atau menyatakan sesuatu terutamanya

bentuk manusia (Dewan Bahasa dan Pustaka, 2005).

Bagi membuktikan perkara ini, antara contoh yang boleh diketengahkan adalah tentang kehadiran selebriti internet. Menurut Abidin (2018), secara asasnya format selebriti internet ini boleh dinilai melalui 6 perkara iaitu 1) skala dari segi populariti dan jangkauan global; 2) platform menerusi variasi rangkaian media massa dan media digital; 3) khalayak melalui penonton dan pengguna internet secara global dalam talian dan di luar talian; 4) sifat mewakili peluang, minat, rangkaian bisnes, bidang dan profesion; 5) praktis yang merangkumi kandungan tematik dan emosi menerusi bakat, kemahiran dan kehidupan seharian dan akhir sekali 6) Impak atas potensi ruang dan lokasi premis kejadian yang kesemuanya terlibat dalam strategi penjenamaan diri berlandaskan platform media sosial. Misalnya, Nusret Gokce adalah *The Internet's Perfect Chef* atau lebih dikenali sebagai Salt Bae yang mula menjadi sohor kini di media sosial pada awal Januari 2017. Beliau menjadi viral dan popular atas aksi *flamboyant* atau gaya yang menarik perhatian menerusi tindakannya mencurahkan dan memperisakan garam ke atas daging, sekali gus menjadi ikutan serta mencuri tumpuan masyarakat (Crowley, 2018). Kesimpulannya, kemunculan individu dan figura seperti di atas yang sekaligus menjadi personaliti figura awam ini boleh dirujuk dengan penjelasan faktor yang menyumbang kepada terjadinya fenomena viral oleh West (2011) sebelumnya. Strategi menempatkan diri ini adalah bergantung kepada penerimaan dan penolakan oleh masyarakat media sosial secara positif mahupun sebaliknya.

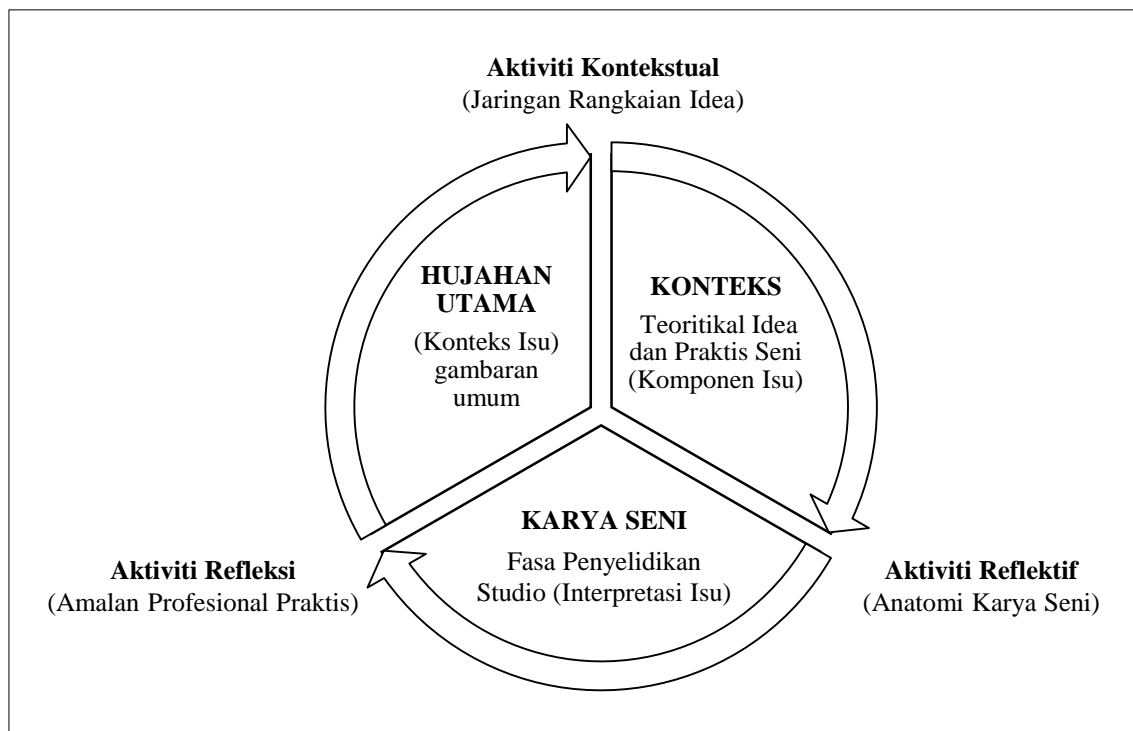
Secara konklusifnya matlamat dan tujuan penyelidikan ini ditulis adalah berdasarkan pernyataan yang dijelaskan seperti di bawah.

Objektif Kajian

1. Menterjemah eksposisi tema fenomena viral melalui interpretasi subjek dan objek berlandaskan platform media sosial.
2. Mengolah semula konsep idea menjurus kepada konteks isu melalui elemen dan dimensi yang wujud dalam komponen isu karya seni catan.

METODOLOGI

Dalam kajian ini, penyelidik menggunakan reka bentuk kajian yang berasaskan praktis seni melalui studio seni halus. Menurut Sullivan (2010) dalam kajian mengenai praktis seni sebagai penyelidikan, beliau telah menggariskan tiga teori utama iaitu refleksi, kontekstual dan reflektif. seperti diterangkan kerangka teori pada rajah 2. Aktiviti refleksi adalah berkenaan tanggungjawab melalui penglibatan dalam arena seni secara konsisten dari amalan profesional praktis tersebut. Keduanya mengenai kontekstual menerusi aktiviti jaringan atau rangkaian idea melalui verbal dan visual. Ianya boleh ditinjau bagi mengenalpasti konteks teoritikal idea serta pengaruh disiplin karya menerusi pilihan artis rujukan. Seterusnya, bagi aktiviti reflektif pula adalah menyentuh tentang anatomi karya seni itu sendiri. Justifikasinya dirungkai melalui olahan elemen formalistik menerusi eksperimentasi studio dan penentuan bentuk dan makna dalam tatabahasa karya hasil bersandarkan impak fenomena sosial masyarakat. Penyelidikan ini juga melibatkan tiga kriteria asas iaitu kriteria pertama adalah dengan mengemukakan hujahan utama yang berkaitan konteks isu dan gambaran awal ruang lingkup pengkaryaan secara umum. Sementara itu, kriteria kedua adalah merupakan konteks yang merujuk kepada perkaitan kajian dalam mengenalpasti tinjauan teoritikal idea serta praktis seni melalui komponen isu. Seterusnya, kriteria ketiga adalah menjurus kepada karya seni itu sendiri melalui fasa penyelidikan studio yang membincangkan soal interpretasi isu yang hendak diterokai menerusi eksperimentasi karya seni catan.



Rajah 2. Kerangka Teori Aktiviti dan Kriteria Penyelidikan (Disesuaikan dari Sullivan, 2010).

DAPATAN KAJIAN

Pengisian soal tema dan pendekatan yang ditetapkan adalah berkenaan proses mengadaptasi isu dan tema dalam konteks membina deskripsi dan pernyataan karya secara asas. Aktiviti refleksi ini melibatkan amalan profesional praktis seni dalam membantu penyelidik mengutarakan hujahan utama melalui jaringan rangkaian idea menerusi anatomi karya seni catan. Dapatan kajian selanjutnya ini adalah melibatkan aspek utama yang diperoleh menerusi objektif penyelidikan. Ringkasnya, kaedah terjemahan ini diklasifikasikan menerusi sasaran dalam menjustifikasikan konteks isu, komponen isu dan interpretasi isu.

Justeru, berikut adalah merupakan lima eksposisi tema yang telah dikemukakan mencakupi seperti kenyataan seperti di bawah;

1. Viral atas nilai kandungan: mengenalpasti konsep berita viral menerusi perihal penularan berita palsu.
2. Viral atas format dan bentuk: mengetengahkan objek tular melalui eksposisi cap serta tanda dagangan.
3. Viral atas petikan kata dan ungkapan ringkas: mengulas soal slogan dan cogan kata popular melibatkan frasa penjenamaan diri.
4. Viral atas media dan medium: mengunjurkan tataetika aplikasi media sosial merangkumi hal kebolehkongsian.
5. Viral atas individu atau figura: mengidentifikasi personaliti dan selebriti internet mengikut kualiti sensasi.

Seterusnya bagi mengolah semula isu dan tema fenomena viral media sosial secara terperinci penyelidik menyenaraikan secara spesifik berkenaan soal tema, subjek, konteks, objek, komponen dan interpretasi. Pengkhususan terma yang dijelaskan adalah bertujuan bagi menyampaikan isi yang tersurat dan tersirat menerusi senarai ekposisi tema yang telah distrukturkan secara menyeluruh menerusi senarai kenyataan maklumat dalam jadual 1.

Jadual 1. Senarai eksposisi Tema Fenomena Viral Media Sosial

Tema (viral)	Subjek (idea)	Konteks (konsep)	Objek (Elemen)	Komponen (dimensi)	Interpretasi (Media Sosial)
1	Nilai Kandungan	Berita Viral	Karektor King Kong dan Gorila	Penularan Berita Palsu	1. Analogi Realiti dan Fantasi (Konsep <i>Fact</i> , <i>Fake</i> dan <i>Fiction</i>) 2. Pembuat, Pemberi dan penerima
2	Format dan Bentuk	<i>Virality</i> Gambar, Video dan Asas Teks	Imej Objek Tular dan <i>Close up</i> Separuh Muka Individu	Elemen Logo, Cap atau Tanda Dagangan	1. Representasi Individu, Umum, Universal 2. <i>Word of Mout</i> (W.O.M) atau Berita Dari Mulut
3	Petikan Kata dan Ungkapan Ringkas	Hantaran Status Sosial, Ciapan, Pautan dan Tanda Pagar	Objek Buahhan bersama Slogan dan Ungkapan Popular	Buah Tangan, Buah mulut dan Frasa Penjenamaan Diri	1. Pelambangan Individual, Iklan, Kempen dan Kumpulan Sosial 2. Sensasi, Retorik dan Ikutan Semasa
4	Media dan Medium	Virus, Wabak Perkongsian Platform Media Sosial	Visual Burung Merpati, Imej Rupa Nyamuk dan Lalat, Teks <i>Sharing</i> dan <i>Saring</i>	Dominasi Media Baharu, Norma <i>Replicate</i> dan <i>Spread</i>	1. Simbolik konsep vektor dan vaksin 2. Agen penyebar, Penyampai dan Penyumbang
5	Individu atau Figura	Global, Universal dan Sejagat	Tanda Nama dan Potrait Personaliti dan Selebriti Internet	Mencuri dan Menarik Perhatian, Menjadi Personaliti Awam	1. Refleksi Kuasa Viral, Sensasi Jaringan Media Sosial 2. Penerimaan dan Penolakan Masyarakat

PERBINCANGAN

Secara amnya, dokumentasi penulisan ini merupakan suatu fasa proses penyelidikan studio seni halus. Takrifnya, peringkat penyelidikan studio ini distrukturkan melalui tiga fasa kajian studio bagi mengenalpasti komponen utama kajian. Komponen fasa satu adalah lebih kepada perihal menterjemah konsep fenomena viral menerusi subjek dan objek seperti yang dibentangkan melalui penulisan ini. Lanjutan dari kajian ini, komponen fasa kedua pula dijalankan bagi meneroka interpretasi konsep populariti terhadap personaliti figura awam dalam kontek tempatan menerusi interpretasi figura dan figuratif. Komponen fasa ketiga pula mewakili dapatan penyelidikan dari sintesis dua fasa sebelumnya.

Fasa terakhir ini adalah sebagai sorotan konklusi kajian dalam membentangkan justifikasi karya seni catan dari perspektif bentuk dan makna. Secara keseluruhannya, penyelidikan ini lebih menumpukan soal mengupas dan mendokumentasi dasar hujahan utama penyelidikan secara umum.

IMPLIKASI KAJIAN

Dengan demikian bagi membuat perjelasan pernyataan khusus pada setiap isu dan tema menerusi karya seni, penyelidik menyarankan prosuder pendekatan konsep *visual dialectic* yang diperincikan oleh (Marshall, 2010). Kaedah ini merangkumi pendekatan heuristik yang bersandarkan pengalaman individual dalam membuat deskriptif pernyataan karya mengikut langkah yang bersesuaian. Sementara itu, dalam memahami sebuah representasi karya seni, pendekatan interpretasi adalah penting bagi membuat pertimbangan maksud dan sesuatu yang ingin disampaikan oleh pengkarya, walaubagaimanapun ia bergantung kepada objek pengalaman setiap individu dalam membahaskan makna yang tersendiri (Salehuddin & Baharuddin, 2017). Oleh yang demikian, kajian ini adalah merupakan strategi utama dalam mengolah menginterpretasi data dan analisis formalistik karya. Eklaborasi perancangan karya ini adalah amat penting agar penyelidikan senantiasia berada dilandaskan yang sepatutnya. Ia juga berperanan sebagai satu kaedah standard yang boleh membantu penyelidik membuat justifikasi penerangan pernyataan karya secara lebih dinamik.

Oleh yang demikian perkara ini boleh dijelaskan dengan merujuk kepada lima pendekatan heuristik yang diubahsuai dan diadaptasi seperti berikut:

1. Deskripsi konotasi subjek dan objek.
2. Impak pilihan media dan medium.
3. Identifikasi petanda metafora.
4. Interpretasi komposisi dan aturan visual.
5. Justifikasi stail dan proses.

KESIMPULAN

Rumusannya dapat disimpulkan, matlamat penyelidikan ini adalah untuk menghadirkan satu perkongsian idea tentang penyelidikan studio seni halus. Terdapat dua perkara yang penting dalam mengolah semula tema yang telah ditetapkan melalui penyelidikan ini. Pertamanya adalah berkaitan proses identifikasi konteks isu yang menjadi intipati tema melalui observasi, tinjauan teoritikal idea dan naratif pengalaman diri secara verbal atau visual. Keduanya, adalah bagaimana dalam konteks disiplin seni catan, sandaran komponen isu ini diterjemahkan melalui justifikasi bentuk dan makna menerusi karya. Kesimpulannya, setiap isu fenomena viral yang dibahaskan adalah bersandarkan objektif penyelidikan bagi mengidentifikasi eksposisi tema melalui subjek dan objek menerusi platform media sosial. Ia juga membabitkan pengolahan semula konteks isu, komponen isu dan interpretasi isu yang wujud dalam anatomi karya seni catan.

RUJUKAN

- Abidin, C. (2018). Internet Celebrity: Understanding Fame Online. *European Journal of Communication*, 33(6), 696–697. <https://doi.org/10.1177/0267323118814646a>
- Al-Rawi, A. (2019). Viral News on Social Media. *Digital Journalism*, 7(1), 63–79. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1387062>
- Arjona-Martín, J.-B., Méndiz-Noguero, A., & Victoria-Mas, J.-S. (2020). Virality as a paradigm of digital communication. Review of the concept and update of the theoretical framework. *Profesional De La Información*, 29(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.07>
- Crowley, C. (2018). A Year of Salt Bae, the Internet's Perfect Chef. *Intelligencer*. Diperoleh dari <https://nymag.com/intelligencer/2018/01/a-year-of-salt-bae-the-internets-perfect-chef.html?fbToken=&fbUserId=>

- Denisova, A. (2020). How to Define 'Viral' for Media Studies?. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 15(1), 1–4. <https://doi.org/10.16997/wpsc.375>
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (2005). *Kamus Dewan (Edisi keempat.)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Guerini, M., Strapparava, C., & Ozbal, G. (2011). Exploring Text Virality in Social Networks. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 5(1). Diperoleh dari <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14169>
- Abdul Halim, Z. Z., Azmi, D. S., Marni, N., & Jasmi, K. A (2019). Media Sosial dan Trend Penggunaan Menurut Islam. Dalam: *Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019*, 15hb. Disember 2019, DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/publication/339399584_Media_Sosial_dan_Trend_Penggunaan_Menurut_Islam
- Hasnat, M. A., & Khairani, M. Z. (2019). Allegory Images with Text in Painting Toward The Political Context and Human Consciousness. *KUPAS SENI: Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni*, 6. Diperoleh dari <https://ejournal.upsi.edu.my/index.php/JSPS/article/view/2281>
- Hussin, Z. (2020). Tak perlu jadi hero viral. *HM Online*. 4 Mei. Diperoleh dari <https://www.hmetro.com.my/rencana/2020/05/574327/tak-perlu-jadi-hero-viral>
- Lajis, S. A. (2020). "Karya ini untuk wira negara." *Sinar harian online*. 2 Julai. Diperoleh dari <https://www.sinarharian.com.my/giving/90389/BERITA/Viral/Karya-ini-untuk-wira-negara>
- Lang, C. (2017). Meet the Artist Who's Giving Viral Memes Like Crying Jordan the Fine Art Treatment. *Time*. 17 Mac. Di peroleh dari <https://time.com/4705666/alim-smith-meme-photos/>
- Marshall, C. (2010). A Research Design for Studio-Based Research in Art. *Teaching Artist Journal*, 8(2), 77–87. <https://doi.org/10.1080/15411791003618597>
- Md Nawawi, E. A., Izzudin, M. F., Mohd Zulkafli, N. A., & Januri, S. S. (2020). Identifying the Factors Affecting Internet Memes to Become Viral on Social Media. Dalam: *International Jasin Multimedia & Computer Science Invention & Innovation Exhibition (3rd edition)*, 17-28 Feb 2020, UiTM Cawangan Melaka Kampus Jasin. Diperoleh dari <https://jamcsix.wixsite.com/home>
- Mohamad Hasnur, A. H. (2017). Pendedahan tentang Viral vs Moral. *UMP news*. Diperoleh dari <http://umpir.ump.edu.my/id/eprint/18390>
- Mohamad Yaakub, M. A., & Ruskam, A. (2019). Polemik amalan ibadah harian di Malaysia. *e-Journal of Islamic Thought and Understanding (e-JITU)*, 2, 38-63. Diperoleh dari <http://ir.uitm.edu.my/id/eprint/26716>
- Mohd Salehuddin, A., & Baharuddin, N. (2019). Analisis Pendekatan Semiotik Terhadap Karya "Pembukaan" (2013) oleh Mohd Fuad Arif. *KUPAS SENI: Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni*, 5. Diperoleh dari <https://ejournal.upsi.edu.my/index.php/JSPS/article/view/2267>
- Musawerul Hakam, A. C. H. M. A. D. (2018). Viral Media Sosial Sebagai Tema Penciptaan Karya Seni Kriya Kayu. *Jurnal Seni Rupa*, 6(02). Diperoleh dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/25888>
- Raaf, A. R. (2015). Kematangan rakyat tentukan buruk, baik viral di media sosial. *Berita Harian*. 18 September. Di peroleh dari <https://www.bharian.com.my/taxonomy/term/61/2015/09/82790/kematangan-rakyat-tentukan-buruk-baik-viral-di-media-sosial>
- Safitri, D. (2016). Image Viral and Community Mental Health. In *International Conference on Transformation in Communication (ICOTIC)*. Diperoleh dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/icotic/article/view/5608>
- Sullivan, G. (Ed.). (2010). *Art practice as research: Inquiry in visual arts*. Sage.
- West, T. (2011). Going viral: Factors that lead videos to become internet phenomena. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), 76-84.
- Widiastuti, N. (2019). Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional. *Journal Digital Media & Relationship*, 1(1), 23-30. Di peroleh dari <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jdigital/article/view/161>
- Yahya, M. A., Ahmad, A. A., Mahmor, N. A., & Hashim, N. (2017). Slogan iklan dalam majalah: Yang tersurat dan tersirat. *Proceedings of the ICECRS*, 1(1), 85-92. <http://dx.doi.org/10.21070/picecrs.v1i1.580>
- Zolkipli, S. R. (2015). Apabila viral menjadi virus. (2015, April 27). *HM Online*. 27 April. Di peroleh dari <https://www.hmetro.com.my/node/46709>