

Meme Indo di Instagram: Artikulasi Identitas Kolektif pada Ruang Digital

Indo Memes on Instagram: Articulating Collective Identity in Digital Spaces

Salwa Indirawati¹, Shuri Mariasih Gietty Tambunan²

^{1,2}Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

salwa.indirawati31@ui.ac.id, shuri.mariasih@ui.ac.id

Informasi Artikel	Abstrak
<p>Riwayat Submisi: 15 September 2025 Direvisi: 31 Oktober 2025 Diterima: 3 November 2025 Disetujui: 27 November 2025</p> <p>Kata Kunci artikulasi, diaspora, identitas, Indo, meme</p> <p>Keywords <i>articulation, diaspora, identity, Indo, meme</i></p>	<p>Humor adalah cara efektif untuk mengekspresikan identitas dan membangun keterhubungan dalam komunitas daring. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana akun Instagram @indosbelike memanfaatkan humor berbasis meme untuk menegosiasikan identitas Indo. Dengan metode analisis konten terhadap 80 unggahan meme berupa foto dan video selama periode Januari 2021–Desember 2024, penelitian ini menelaah simbol budaya yang muncul dalam visual, <i>caption</i>, serta respons audiens. Analisis dilakukan dengan menggunakan kerangka artikulasi identitas Stuart Hall (1990) serta diperkaya dengan kajian Nissenbaum & Shifman (2017) tentang meme sebagai medium identitas kolektif. Temuan memperlihatkan tema-tema yang muncul dalam meme mencerminkan perpaduan antara budaya Indo dan pengalaman hidup di Belanda. Tema kuliner dan pengalaman keluarga muncul dominan dalam unggahan meme, memperlihatkan cara identitas Indo dipertahankan, dinegosiasikan, dan diturunkan antar generasi. Meme berfungsi tidak hanya sebagai sarana hiburan, melainkan sebagai medium artikulasi identitas yang memungkinkan komunitas Indo membangun ruang kolektif dan menandai diferensiasi dari budaya dominan Belanda.</p> <p>Abstract <i>Humor is an effective way to express identity and build connection within online communities. This study aims to examine how the Instagram account @indosbelike utilizes meme-based humor to negotiate Indo identity. Using content analysis of 80 meme posts in the form of photos and videos published between January 2021 and December 2024, the research explores cultural symbols embedded in visuals, captions, and audience responses. The analysis applies Stuart Hall's (1990) articulation theory alongside Nissenbaum and Shifman's (2017) framework on memes as a medium of collective identity. The findings demonstrate that the themes emerging in the memes reflect a fusion between Indo culture and lived experiences in the Netherlands. Themes of culinary and family practices dominate, illustrating how Indo identity is preserved, negotiated, and transmitted across generations. Memes function not merely as entertainment, but as a medium of identity articulation that enables the Indo community to create collective space and mark differentiation from dominant Dutch culture.</i></p>



Copyright © 2025 Salwa Indirawati, Shuri Mariasih Gietty Tambunan

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membuka ruang bagi individu untuk menegosiasikan identitas, atau untuk pelestarian budaya dan juga sebagai ruang resistensi. Dalam konteks interaksi di media sosial, budaya meme terbentuk sebagai praktik komunikasi digital yang kerap direduksi semata-mata sebagai bentuk hiburan ringan. Meme merepresentasikan apa yang dianggap lucu, cara berpikir, serta bagaimana identitas terbentuk seperti bentuk media lainnya yang merupakan artefak budaya (O'Dubhghaill & Winkler, 2023). Secara singkat, meme merupakan gambar, video, atau teks di internet yang umumnya bersifat lucu dan menyebar melalui proses kolektif, seperti dibagikan, ditiru, dan dimodifikasi oleh pengguna lainnya (Baspehlian, 2024). Meme bersifat user-generated, bergantung pada konteks tertentu, dan memiliki sifat viral (Shifman, 2014). Karakteristik ini membuka peluang yang beragam bagi pengguna untuk mengungkapkan pandangan, ide, atau pemikiran mereka melalui media sosial. Saat ini, budaya meme berkembang cepat dan semakin banyak pengguna meme baik sebagai pembuat maupun audiens.

Dalam praktik penyebarannya di ranah digital, meme dipahami sebagai bagian dari budaya yang berfungsi membangun sekaligus merepresentasikan pemahaman bersama dalam suatu kelompok. Dengan kata lain, meme tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi digital, tetapi juga sebagai tindakan performatif yang membentuk identitas kolektif dan norma sosial

dari kelompok yang memproduksinya (Gal et al., 2016). Dalam proses ini, meme merefleksikan nilai-nilai sosial, rasial, dan politik yang tertanam dalam konteks budaya tempat meme tersebut beredar (Milner, 2016). Pemahaman meme sebagai medium pembentukan identitas kolektif menjadi penting ketika melihat bagaimana kelompok-kelompok etnis atau diaspora mengartikulasikan pengalaman mereka. Di berbagai kelompok masyarakat termasuk di kalangan masyarakat keturunan Indo-Eropa di Belanda, meme internet telah menjadi sebuah fenomena budaya.

Indo (juga dikenal sebagai *Indische Nederlanders*, *Dutch Indonesians*, atau Indo-Eropa) adalah kelompok masyarakat ras campuran yang tersebar secara global dengan akar garis keturunan mereka berasal dari Hindia Belanda. Pada masa kolonial, penduduk Eropa khususnya Belanda yang merupakan pejabat pemerintah, pengusaha, dan militer menjalin hubungan dengan wanita pribumi. Keturunan mereka dianggap sebagai Indo-Eropa (Indo) dan jika mereka diakui oleh ayahnya maka akan masuk ke golongan Eropa. Akibat dari pendudukan Kekaisaran Jepang pada tahun 1942 sampai 1945, kemenangan gerakan nasionalis dalam Revolusi Nasional Indonesia tahun 1949, serta perubahan kebijakan kewarganegaraan Indonesia pada 1950-an, posisi orang Indo menjadi semakin terpinggirkan. Kondisi tersebut secara fungsional memaksa ribuan orang Indo meninggalkan Indonesia dan bermigrasi ke Belanda (Van Amersfoort & Van Niekerk, 2006). Antara tahun 1945 hingga

1965, sekitar 330 ribu orang Eropa, termasuk orang Indo, meninggalkan Indonesia menuju Belanda akibat pergolakan politik pasca Proklamasi Kemerdekaan Indonesia (Vries, 2009). Sejak saat itu, banyak dari mereka beserta keturunannya menetap di Belanda selama beberapa generasi.

Pengalaman traumatis yang dialami komunitas Indo selama dan pasca Perang Dunia II berdampak pada tiga generasi—pertama, kedua, dan ketiga—dengan pola yang menunjukkan baik kesamaan maupun perbedaan dalam berbagai aspek (Stern, 2022). Pasca repatriasi ke Belanda, diaspora Indo dihadapkan pada kenyataan bahwa mereka tidak sepenuhnya dianggap sebagai warga Belanda karena dipandang “tidak cukup putih” dan tidak setara dengan warga Belanda lainnya (Pattynama, 2000). Hal ini menyebabkan diaspora generasi pertama dan kedua menghadapi tekanan untuk berasimilasi sepenuhnya dengan budaya Belanda demi diterima dalam masyarakat. Sebaliknya, beberapa literatur terdahulu menunjukkan generasi ketiga Indo justru memiliki kecenderungan untuk menelusuri kembali sejarah dan identitas etnis mereka (Captain, 2014; Hewett, 2015; Stern, 2022).

Akun Instagram @indosbelike yang menyajikan konten meme mengenai perilaku khas diaspora Indo di Belanda, menjadi salah satu sarana untuk memahami bagaimana identitas diaspora Indo serta keturunannya dipertahankan dan dikonstruksi. Dengan 18,4 ribu pengikut (per September 2025), secara aktif membagikan meme yang merepresentasikan keseharian

diaspora Indo, mulai dari praktik kuliner hingga dinamika kehidupan keluarga di ranah domestik. Sebagai generasi pascakolonial yang tidak lagi memiliki hubungan langsung dengan tanah leluhur tetapi masih mewarisi sejarah dan identitas Indo, mereka menghadapi ketegangan antara keterputusan historis dan pencarian jati diri. Dalam konteks ini, meme menjadi medium yang memungkinkan mereka mengekspresikan pengalaman diaspora, nostalgia, humor internal, dan rasa kebersamaan. Ekspresi tersebut hadir dalam meme yang merupakan bentuk yang ringkas, visual, dan mudah disebar. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi tema-tema identitas yang muncul dalam meme, serta menelaah bagaimana praktik memproduksi meme menjadi sarana untuk memperkuat batas *in-group/out-group* dan membentuk ruang simbolik bagi komunitas diaspora Indo di tengah wacana tentang ras dan kebangsaan yang dominan di Belanda.

2. Tinjauan Pustaka

Kajian terkait meme sebagai sarana pembentuk identitas kolektif telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Newton et al. (2022) mengungkapkan bahwa meme menciptakan rasa kebersamaan, pengalaman bersama, dan simbol melalui humor yang hanya dipahami oleh anggota kelompok, sehingga memperkuat rasa *belonging* dan menjadi semacam *bonding icons*. Sementara itu, Wong (2023) menambahkan perspektif kritis dengan menunjukkan bahwa meme memang membangun rasa *belonging*,

namun cenderung berfokus pada keinginan terlihat baik dan diterima daripada menantang struktur rasial yang ada. Di sisi lain, penelitian DeCook (2018) memperlihatkan sisi yang lebih problematis. Meme digunakan sebagai alat propaganda dan medium kekerasan simbolik oleh kelompok *alt-right* untuk membangun identitas kolektif yang eksklusif dan menindas. Dengan demikian, dalam proses pembentukan identitas kolektif, meme tidak hanya membangun rasa kebersamaan dan *belonging*, tetapi juga dapat mengokohkan hierarki sosial tertentu.

Penelitian tentang komunitas Indo menunjukkan bahwa identitas mereka dibentuk melalui proses negosiasi yang terjadi terus-menerus. Doornbos, van Hoven, dan Groote (2022) menekankan bagaimana identitas campuran Indo dinegosiasikan dalam praktik sehari-hari, di tengah kebijakan asimilasi Belanda yang menekankan sisi ke-Eropa-an hingga kemudian diturunkan antar generasi. Captain (2014) memperlihatkan pergeseran kesadaran rasial pada tiga generasi Indo di Belanda, dari penekanan identitas Indonesia pada generasi pertama, kebingungan "*in-betweenness*" di generasi kedua, hingga kebanggaan identitas Indo pada generasi ketiga. Sementara itu, Stern (2022) menyoroti komunitas Indo di Amerika Serikat dengan fokus pada transnasionalisme, pelestarian budaya, dan trauma lintas generasi yang menunjukkan bagaimana memori kolonial dan migrasi terus mempengaruhi pembentukan identitas. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini menggarisbawahi bahwa identitas

Indo bersifat dinamis yang dipengaruhi oleh tekanan asimilasi, memori keluarga, dan upaya mempertahankan warisan budaya dalam konteks diaspora.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa media sosial sering digunakan sebagai alat untuk membangun identitas digital dan menghubungkan komunitas diaspora (Ahmadian, 2024; Aziz, 2024; Oltmann & Espinoza Vasquez, 2024). Meski demikian, kajian yang secara khusus menyoroti diaspora Indo yang lahir dan besar di Belanda masih terbatas, khususnya dalam melihat bagaimana mereka mengartikulasikan identitas melalui praktik budaya populer seperti meme. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis akun Instagram @indosbelike sebagai ruang artikulasi tempat identitas kolektif diaspora Indo dirundingkan dan dinarasikan. Berdasarkan pemahaman dari Hall (1996, pp. 141–142), artikulasi identitas melibatkan:

"...the process of rendering a collective identity, position, or set of interests explicit and the process of conjoining (articulating) that position to definite political subjects."

Dalam definisi tersebut identitas kolektif dibentuk melalui penggabungan berbagai elemen budaya, termasuk yang berbeda atau bahkan kontradiktif. Hubungan antar-elemen ini tidak selalu bersifat tetap atau mutlak melainkan dapat dinegosiasikan ulang sesuai konteks. Dalam konteks meme Indo, meme berfungsi sebagai sarana artikulasi yang memungkinkan komunitas Indo mengekspresikan ciri khas budaya mereka sekaligus menyesuaikan

wacana tersebut dengan perubahan sosial dan dinamika ruang digital.

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini berangkat dari pertanyaan utama: bagaimana akun Instagram @indosbelike mengartikulasikan wacana identitas kolektif komunitas Indo di Belanda melalui meme. Permasalahan yang ingin ditelaah adalah bagaimana narasi budaya Indo dimunculkan, dinegosiasikan, dan dirayakan oleh generasi diaspora yang secara geografis dan linguistik telah terpisah dari Indonesia, namun berupaya memelihara warisan kulturalnya melalui praktik budaya populer.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten (*content analysis*) untuk menganalisis konten meme berupa foto dan video. Krippendorff (2019) menekankan bahwa analisis konten tidak hanya mengidentifikasi pola dalam data, tetapi juga memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial dan budaya tempat teks tersebut diproduksi dan dikonsumsi. Kajian ini berfokus pada akun Instagram @indosbelike dengan data utama berupa 80 unggahan meme selama periode 3 tahun yaitu dari Januari 2021 sampai Desember 2024 yang dikumpulkan secara manual. Data dikumpulkan dengan cara mengambil tangkapan layar (*screenshot*), lalu dilakukan analisa secara sistematis pada konten visual (gambar, foto, dan video) yang berformat meme. Setelah seluruh data disusun, penulis meninjau ulang setiap konten dengan cermat untuk mengklasifikasikan tema-tema yang muncul. Analisis data dilakukan

dengan mengidentifikasi simbol budaya yang muncul dalam meme beserta komponen pendukung seperti *caption*, komentar, dan jumlah *likes*. Tahap selanjutnya penulis melakukan interpretasi makna dengan menggunakan kerangka artikulasi identitas Stuart Hall (1990). Kerangka ini diperkaya dengan kajian Nissenbaum & Shifman (2017), yang memposisikan meme sebagai medium identitas kolektif sekaligus sarana untuk membangun keterhubungan dan rasa kebersamaan melalui humor serta praktik berbagi.

4. Hasil dan Pembahasan

Analisis terhadap 80 unggahan meme dari akun Instagram @indosbelike menunjukkan bahwa identitas Indo direpresentasikan dalam ruang digital melalui tema-tema keseharian yang merefleksikan pengalaman diaspora Indo. Dengan menelaah kumpulan meme beserta respons audiens, penelitian ini memposisikan meme sebagai praktik budaya yang menghubungkan ingatan kolektif, emosi, serta rasa kebersamaan di ruang digital. Dari keseluruhan data terdapat dua tema utama menonjol yaitu kuliner dan praktik domestik keluarga. Keduanya berperan penting dalam menunjukkan bagaimana identitas Indo dipelihara, dinegosiasikan, dan diwariskan lintas generasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman sehari-hari dan memori bersama menjadi landasan utama terbentuknya wacana identitas kolektif Indo dalam budaya meme di ruang digital.

Kuliner, Nostalgia, dan Autentisitas dalam Meme Indo

Makanan merupakan simbol yang paling sering muncul dalam representasi identitas masyarakat Indo pada akun Instagram @indosbelike. Dari 80 meme yang dianalisis, 54 di antaranya berkaitan dengan praktik kuliner mulai dari makanan khas, cita rasa, hingga praktik makan sehari-hari. Makanan sering kali dipahami hanya sebatas kebutuhan dasar untuk mengenyangkan tubuh. Namun, makanan memiliki lapisan makna simbolik dan emosional yang jauh melampaui fungsi biologisnya. Makanan tidak hanya memenuhi kebutuhan biologis, tetapi juga berkaitan dengan pengalaman yang melibatkan indera, emosi, dan memori (Counihan, 2018). Holtzman (2006) menegaskan bahwa makanan berperan penting dalam

menghubungkan ingatan, pengalaman emosional, dan identitas kolektif. Dalam ruang digital, makanan berfungsi sebagai pemicu memori yang dimediasi dan direkonstruksi melalui meme bertema kuliner. Dengan kata lain, tema makanan dalam meme menjadi sarana bagi komunitas Indo untuk mengartikulasikan identitas mereka.

Di Belanda rutin diselenggarakan festival-festival budaya Indonesia bertema pasar malam, momen ini dimanfaatkan oleh paraIndo untuk mengenal dan mengingat kembali latar belakang budaya mereka. Salah satu elemen penting dari pasar malam ini adalah kuliner, masyarakat Indo dapat mencicipi berbagai macam kuliner Indonesia yang biasanya sulit ditemui.

Indo's be like

Je komt aan bij de pasar maar kunt
de cendol stand niet vinden



Gambar 1. Meme Cendol

Salah satunya tercermin dari meme (Gambar 1) yang menampilkan teks berbunyi "*Indo's be like – Je komt aan bij de pasar maar kunt de cendol stand niet vinden*" (Kamu sampai di pasar tetapi tidak bisa

menemukan stan cendol) disertai visual seorang laki-laki yang sedang menahan tangisan, sebuah gaya yang lazim dalam humor internet untuk menekankan ironi dan kekecewaan. Dilengkapi juga dengan caption yang

menyatakan "Ini musim panas dan Anda hanya ingin cendol". Respon audiens didominasi ekspresi terhibur dengan emoji tertawa dan beberapa komentar bahwa meme tersebut sesuai dengan pengalaman mereka.

Aspek humor pada meme ini ini terbentuk dari kesenjangan antara ekspektasi akan pengalaman rasa cendol dan realitas ketiadaannya, sehingga visualisasi kekecewaan diolah menjadi kelucuan. Cendol sendiri adalah minuman tradisional populer Indonesia, terbuat dari tepung beras berwarna hijau dengan rasa manis dan gurih dan diperkirakan berkembang di masyarakat Jawa sekitar abad ke-9 hingga awal abad ke-10 (Abror et al., 2024). Melalui platform media sosial, candaan tentang ketiadaan cendol ini berubah menjadi bentuk nostalgia digital. Membagikan meme tersebut di media sosial bukan sekadar meluapkan kekecewaan, tetapi juga menjadi cara komunitas merawat kesinambungan memori budayanya. Dengan menjadikan kekecewaan itu bahan lelucon bersama, komunitas Indo sebenarnya sedang menghidupkan kembali ingatan komunal akan pengalaman ini. Absennya cendol di pasar malam diartikulasikan sebagai simbol kehilangan yang diakui bersama dan meme sebagai semacam pengingat atas imaji kolektif tentang pengalaman yang ideal.

Tidak hanya cendol, unggahan meme dalam akun @indosbelike juga mengkombinasikan humor dengan kuliner khas Indonesia lainnya seperti sate, soto, nasi goreng, bakmi, dan lain sebagainya. Ciri khas kuliner tradisional Indonesia bagi Indo menempatkan rasa sebagai penanda

utama, khususnya rasa pedas. Sejumlah tiga buah unggahan meme membahas tentang rasa pedas, salah satunya berupa cuplikan video Idris Elba dari program *Hot* ketika ia tersedak dan bereaksi terkejut setelah mencicipi ayam dengan rasa pedas. Meme tersebut dilengkapi teks dalam bahasa Belanda: "*Wanneer je oma's zelfgemaakte sambal moet proever*" (Ketika kamu harus mencicipi sambal buatan nenek). Rujukan pada sambal buatan nenek tersebut menciptakan lelucon internal yang dipahami orang Indo yang pernah merasakan sambal pedas buatan nenek atau orang tua mereka. Sambal buatan oma berfungsi sebagai unit memori kultural yang memicu nostalgia indrawi dan menandai otentisitas rasa. Ingatan individu selalu dibentuk dalam interaksi sosial dan dipelihara melalui komunitas (Halbwachs, 2020), sehingga nostalgia akan rasa sambal dalam meme ini bekerja bukan sebagai pengalaman pribadi semata, melainkan sebagai bagian dari memori kolektif komunitas Indo.

Dalam unggahan @indosbelike lainnya tentang kuliner, terdapat meme yang membahas kontras antara pengalaman rasa yang otentik versus versi bumbu instan (Gambar 2). Ketegangan terkait autentisitas rasa ini terlihat dalam meme dengan teks berbunyi "*Wanneer Belanda's zeggen dat hun moeder ook lekker Indisch kunnen koken met Conimex*" (Ketika orang Belanda mengatakan bahwa ibu mereka juga bisa memasak makanan Indo yang enak dengan Conimex). Humor muncul dari perbedaan antara masakan rumahan Indo dengan takaran rasa dan cara masak tradisional dengan

versi instan yang diwakili oleh merek bumbu Conimex. Penggunaan istilah "Belanda" dalam meme ini menegaskan perspektif Indo yang melihat orang Belanda sebagai pihak luar terutama terhadap standar rasa masakan.



Gambar 2. Meme Bumbu Instan

Dengan menjadikan masakan rumahan sebagai standar autentisitas, meme ini menandai nilai kuliner yang diwariskan antargenerasi sekaligus memosisikan bumbu instan sebagai simbol penyederhanaan rasa. Penggunaan istilah "Belanda" dalam meme ini menandai pihak luar yang dianggap tidak memahami standar rasa Indo. Dengan kata lain, istilah ini menciptakan garis pemisah simbolik antara *in-group* Indo yang memahami kompleksitas masakan rumahan dan *out-group* yang diwakili oleh klaim instan. Humor dalam meme ini memungkinkan penyampaian kritik secara jenaka terhadap klaim keaslian yang disederhanakan. Melalui respons di kolom komentar, komunitas Indo menyuarakan preferensi rasa sekaligus berbagi pengalaman masing-masing terhadap praktik memasak dengan bumbu instan. Pada meme ini, pengalaman kuliner

memicu *sense of belonging* dengan cara menampilkan standar autentisitas bumbu yang digunakan untuk membedakan diri dari mayoritas Belanda.

Mengingat tentang makanan merupakan sebuah interaksi dinamis antara pengalaman masa lalu dan realitas kini (Sutton, 2001). Meme mengenai kuliner Indonesia yang beredar di kalangan komunitas Indo di Belanda tidak sekadar menjadi pengingat akan cita rasa masa lalu, tetapi juga berfungsi sebagai proses aktif dalam membentuk identitas mereka di masa kini. Meme kuliner memperlihatkan bagaimana memori dan rasa tidak hanya menjadi pengalaman personal, tetapi juga berfungsi sebagai penanda identitas kolektif komunitas Indo. Identitas kultural dapat dipahami melalui definisi yang mengacu pada identitas esensial atau identitas yang dinamis (*positioning or being positioned* (Hall, 1990, 1996)). Secara esensial, identitas kultural dipandang sebagai jati diri kolektif yang tetap dan berakar pada masa lalu. Hall mendekonstruksi pemikiran ini dengan mendefinisikan identitas sebagai sesuatu yang fluid dan dinamis. Di satu sisi, identitas budaya terkait dengan bagaimana seseorang memosisikan dirinya (*positioning*) dan juga bagaimana dirinya diposisikan (*being positioned*). Identitas adalah sesuatu yang terus berkembang, terikat pada masa lalu namun senantiasa mengalami perubahan dan transformasi seiring dengan pergeseran sejarah, budaya, dan otoritas. Dalam hal ini, identitas Indo dapat dibaca sebagai konstruksi yang dinamis dan *positional* karena ia terus

bertransformasi seiring perubahan medium maupun konteks sosial.

Temuan penelitian dalam artikel ini memperluas pemahaman mengenai identitas Indo ke ruang digital melalui praktik meme. "Rasa Indo" yang merupakan sebuah estetika khas yang mencakup nostalgia, cita rasa kuliner Indonesia, serta berbagai sensasi fisik dan emosional membentuk sekaligus meneguhkan identitas komunal Indo seperti yang disampaikan Gan (2024) dalam studinya mengenai komunitas Indo di Belanda dan California. Dalam konteks ini, rasa Indo diekspresikan bukan lagi melalui perjumpaan fisik namun lewat praktik digital yang berfungsi memanggil ingatan bersama dan menandai partisipasi komunitas. Pada akhirnya, praktik meme kuliner memperlihatkan artikulasi identitas Indo yang bersifat dinamis dan positional, di mana memori dan rasa dijalin ulang dalam medium digital untuk menegosiasikan keberadaan komunitas Indo.

Praktik Domestik Indo dalam Meme sebagai Pembentuk Identitas Kolektif

Dalam analisis konten, meme bertema pengalaman keluarga berperan signifikan dalam mencerminkan identitas kolektif. Meme bertema kuliner memang muncul sebagai kategori yang dominan, namun tidak tampak membangkitkan perasaan identifikasi yang mendalam. Pola tersebut terlihat dari tanggapan audiens pada meme kuliner yang umumnya berupa komentar bernuansa *relatable* atau persetujuan terhadap pesan yang disampaikan, tanpa mengindikasikan keterikatan identitas yang lebih

kompleks. Tema pengalaman keluarga muncul dalam beberapa bentuk, diantaranya praktik pendisiplinan, kasih sayang keluarga, pedagogi dapur, kebiasaan kebersihan, dan pembagian peran domestik. Unsur penting dari budaya Indo yang dipengaruhi oleh budaya Asia adalah prioritas yang sangat jelas yang diberikan kepada keluarga dalam kehidupan. Hasil analisis memperlihatkan bahwa dalam meme digital, pengalaman sehari-hari yang dialami bersama keluarga menjadi fondasi utama dalam pembentukan identitas kolektif Indo terutama sebagai pembeda dari budaya Belanda.

Dapur sebagai ruang domestik dapat dipahami sebagai pusat aktivitas keluarga yang menjadi ruang keakraban tempat cerita dibagi dan hubungan antargenerasi dipelihara. Dapur juga menjadi tempat perempuan menegosiasikan identitas dan otoritas melalui praktik memasak. Salah satu meme (Gambar 3) menampilkan suasana dapur keluarga dengan visual seorang perempuan dewasa tersenyum sambil mengaduk panci besar dan menatap seorang anak/remaja di sisinya. Teks meme berbunyi "*Indo's Be Like — Dus jij wilt weten wat erin zit*" (Jadi kamu mau tahu apa isinya?), sementara *caption* menceritakan momen pengelola akun ketika mencicipi masakan, memuji, lalu bertanya bahan-bahannya namun jarang mendapat jawaban jelas. Humor muncul dari pengalaman familier bahwa pertanyaan tentang resep masakan sering dijawab dengan ungkapan samar seperti "rahasia" yang tidak bisa dijelaskan secara lengkap sehingga memunculkan

kebingungan bagi mereka yang berusaha memahami resep.



Gambar 3. Meme Resep



Gambar 4. Komentar Meme Resep

Isi dari kolom komentar di bawah unggahan (Gambar 4) memperkuat konteks humor dengan berbagi pengalaman serupa. Beberapa pengikut memiliki satu suara bahwa ibu atau oma mereka akan menjawab pertanyaan tentang resep dengan

ucapan: "*Beetje van dit, beetje van dat*" ("Sedikit ini, sedikit itu"). Komentar lain dengan jumlah *likes* terbanyak berbunyi: "*Of als je vraagt hoe veel van iets er in zit. Krijg je ook nooit een antwoord op 'je moet gewoon beetje doen. En proeven!'*" (Atau ketika kamu bertanya seberapa banyak suatu bahan yang dipakai. Kamu juga tidak pernah mendapat jawaban selain 'ya pokoknya sedikit-sedikit saja. Dan coba cicipi'). Ungkapan-ungkapan ini tidak hanya mengulang gagasan resep yang samar, tetapi juga memperlihatkan bagaimana pengetahuan kuliner dalam keluarga diturunkan lewat kebiasaan sehari-hari, bukan melalui resep tertulis. Kolom komentar menghadirkan partisipasi aktif yang memungkinkan audiens mengolah kembali pengalaman bersama, memperkaya narasi, dan membentuk representasi kolektif tentang dapur keluarga Indo.

Studi Doornbos et al. (2022) menunjukkan bagaimana kebijakan asimilasi dan integrasi masyarakat Indo di Belanda pascaperang diarahkan hingga ke ruang domestik, misalnya dengan mengajarkan perempuan praktik rumah tangga Belanda. Meskipun demikian, beberapa kebiasaan, tempat, dan rutinitas sehari-hari membuat individu dapat merebut kembali identitas mereka. Temuan ini sejalan dengan studi tersebut karena menampilkan bagaimana praktik rutinitas dapur dalam keluarga Indo yang dibalut dengan humor dapat menjadi simbol perebutan kembali identitas Indo. Meme tidak hanya mengandung lelucon tetapi juga memperlihatkan otoritas ibu atau oma di dapur, keterampilan memasak yang

mengandalkan indera, serta melestarikan kebiasaan Indo di dalam rumah. Praktik keseharian yang mempertahankan ikatan budaya dan solidaritas komunitas migran justru dapat memperkuat identitas budaya serta agensi sosial (Mansouri et al., 2025). Maka dari itu, meme tentang resep ini menyingkap bagaimana praktik sederhana sehari-hari menjadi ruang penting bagi keluarga Indo untuk menjaga keberlangsungan tradisi. Meme ini juga menunjukkan bahwa keluarga, terutama figur orang tua, menjadi nilai inti dalam budaya Indo dan berfungsi sebagai perwujudan identitas kolektif yang terus dipelihara lintas generasi.

Selain rutinitas terkait dapur, kebiasaan keluarga lainnya yang membedakan Indo dengan ras mayoritas di Belanda adalah dalam hal praktik kebersihan di dalam rumah. Terdapat dua buah meme yang merepresentasikan kebiasaan ini, salah satunya meme berbentuk video menampilkan potongan adegan dari serial komedi *The Office* dengan karakter Michael Scott yang menunjukkan ekspresi wajah terkejut (Gambar 5). Ekspresi ini sudah lama menjadi templat populer dalam budaya meme global yang dipakai untuk menandai momen keterkejutan atau kebingungan. Dalam konteks video ini, teks yang menyertainya berbunyi: "Wanneer je erachter komt waar die fles op de toilet voor gebruikt wordt" (Ketika kamu sadar untuk apa botol di toilet itu sebenarnya digunakan). Unggahan ini dilengkapi *caption* bertuliskan "Was je pantat" (Cuci bokongmu), yang memperlihatkan kombinasi bahasa Belanda dengan Indonesia. Struktur humor dibangun lewat kontras dari

ekspresi kaget sebagai reaksi visual dan teks pengungkap fungsi botol sebagai *punchline*. Botol yang dimaksud adalah botol air yang lazim diletakkan di dekat kloset untuk bercebok. Meme ini menampilkan praktik kebersihan keluarga Indo dengan memanfaatkan ekspresi terkejut, teks, dan konteks budaya khas, serta menyampaikan humor yang melekat pada pengalaman di ruang privat.



Gambar 5. Meme Botol Cebok

Meme Botol Cebok membahas tentang botol bekas air minum yang dimaknai sebagai alat untuk membersihkan diri setelah buang air. Bagi Indo objek ini langsung dapat dikenali, terlihat dari komentar audiens pada meme yang bernuansa humor dan nostalgia, menandai pengakuan kolektif terhadap praktik kebersihan yang khas. Praktik menggunakan air untuk membersihkan diri setelah buang air sebenarnya umum di berbagai negara Asia termasuk Indonesia. Hal ini kontras dengan praktik di Barat yang mayoritas mengandalkan tisu toilet sebagai standar kebersihan. Kebiasaan ini umumnya diwariskan

oleh orang tua atau anggota keluarga yang membawa praktik domestik dari Indonesia ke ruang privat rumah tangga di Belanda, sehingga berfungsi sebagai medium transmisi budaya lintas generasi. Faktor budaya mempengaruhi praktik sanitasi yang memperlihatkan bagaimana nilai dan kebiasaan membentuk identitas suatu kelompok (Paudel & Devkota, 2024). Penggunaan botol pada keluarga Indo dalam hal ini dapat dipahami sebagai adaptasi praktis yang menjadi penanda improvisasi budaya.

Meme ini tidak hanya menghadirkan humor, tetapi juga menyingkap ketegangan budaya antara kebiasaan Timur dan Barat dalam hal kebersihan. Bagi diaspora Indo, botol cebok berfungsi sebagai simbol identitas hibrida yang digunakan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan Barat sekaligus mempertahankan praktik kebersihan berbasis air. Seperti dijelaskan Hall (1990), identitas diaspora bukanlah identitas esensial yang sepenuhnya berakar pada tanah leluhur, melainkan hasil dari proses penciptaan identitas baru yang menata ulang hubungan dengan masa lalu, mempertanyakan keterikatan pada tanah asal, serta mengakomodasi realitas budaya yang berbeda. Hall juga menambahkan bahwa identitas diaspora berpotensi menghasilkan bentuk identitas yang *hybrid*, lahir dari pertemuan dan negosiasi antara berbagai tradisi. Maka dari itu, meme botol cebok merefleksikan bagaimana praktik sehari-hari dapat diangkat menjadi representasi identitas sekaligus strategi negosiasi budaya. Meme tersebut menggunakan humor untuk menunjukkan bagaimana praktik

domestik yang dimediasi digital mengartikulasikan identitas hibrida Indo, sekaligus menegaskan batas-batas *in-group* yang terus dinegosiasikan.

Meme dapat menumbuhkan rasa solidaritas karena mereka yang memahami humor di dalamnya akan mengungkapkan ekspresi identifikasi seperti "saya paham," "saya bagian dari ini," atau "saya sama seperti kamu," sehingga menandai keanggotaan mereka dalam kelompok tertentu (Knobel & Lankshear, 2008). Pola ini juga tampak dalam meme bertema pengalaman keluarga Indo dengan komentar penuh nostalgia sehingga memperlihatkan pengakuan kolektif. Edelman & Edelman (2002) mencatat bahwa budaya Indo yang dipengaruhi kuat oleh nilai-nilai Asia menempatkan keluarga pada posisi prioritas. Ikatan keluarga yang kuat serta perilaku anak-anak yang baik dipandang sebagai tolak ukur penting bagi keberhasilan sosial. Ruang domestik merupakan tempat utama di mana pemahaman mengenai praktik-praktik budaya khas Indo diajarkan dan dialami sehari-hari. Bagi generasi ketiga yang sebagian besar tidak memiliki pengalaman langsung dengan Indonesia, pola-pola kebiasaan keluarga di dalam ranah privat bekerja sebagai jangkar memori dan kerangka identitas. Dalam konteks ini, dapur keluarga dengan resep samar atau botol cebok di kamar mandi menjadi simbol keseharian yang menandai perbedaan ruang domestik Indo dengan Belanda. Dalam akun @indosbelike, hal ini diwujudkan di ruang publik dalam bentuk meme sehingga menjadi sarana bagi komunitas Indo untuk merayakan kedekatan budaya

sekaligus menandai batas identitas terhadap budaya dominan.

Studi ini telah mengungkapkan bagaimana komunitas diaspora Indo menegosiasikan makna identitas Indo melalui praktik sosial dan kultural sehari-hari yang dimediasi oleh meme. Sementara studi sebelumnya banyak menyoroiti identitas diaspora Indo melalui memori historis dan pelestarian budaya (Captain, 2021; Doornbos *et al.*, 2022; Stern, 2022), penelitian ini menunjukkan bagaimana praktik digital khususnya budaya meme memungkinkan komunitas untuk merumuskan ulang proses tersebut dalam ruang yang dimediasi dan partisipatif. Selain kontribusi pada keilmuan tentang diaspora Indo, temuan ini juga menambah pemahaman dalam kajian budaya mengenai bagaimana identitas dan representasi dinegosiasikan melalui artefak budaya populer di era digital. Berlandaskan teori artikulasi Hall (1990, 1996), penelitian ini menyoroiti peran meme sebagai medium artikulasi yang mengikat ingatan kolektif, emosi, dan rasa kebersamaan, serta menjadi sumber daya kultural dalam proses negosiasi dan representasi identitas hibrida di ruang digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian budaya digital dan diaspora dengan menunjukkan bagaimana humor bekerja bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai strategi resistensi kultural. Dengan menjadikan ruang domestik dan kuliner sebagai sumber humor kolektif, komunitas Indo memperlihatkan bagaimana pengalaman privat dapat dipolitisasi secara halus di ruang publik digital.

Hal ini menegaskan bahwa ekspresi humor melalui meme dapat membangun rasa *belonging* dan juga berfungsi sebagai strategi budaya untuk mempertahankan memori kolektif dalam konteks pascakolonial. Temuan ini juga memvalidasi bahwa platform media sosial berbasis humor seperti akun Instagram @indosbelike dapat berfungsi sebagai arsip informal dan sarana pedagogis yang efektif untuk mentransmisikan nilai dan sejarah budaya kepada generasi muda yang mungkin terputus dari tanah leluhur. Meme sebagai artefak budaya dapat dipandang sebagai bagian dari arsip identitas diaspora yang penting untuk dijaga dan dikaji lebih lanjut. Bagi kreator konten dan komunitas diaspora lainnya, humor berbasis pengalaman domestik dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk mentransmisikan nilai budaya kepada generasi muda, memperkuat solidaritas lintas generasi, dan menumbuhkan kesadaran akan identitas kolektif di ruang digital.

5. Kesimpulan

Dalam era digital kontemporer, ekspresi budaya bukan hanya menjadi sarana hiburan dan nostalgia, melainkan juga sebagai medium untuk merundingkan siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dikenali. Penelitian ini memperlihatkan bahwa meme yang diproduksi dan dibagikan oleh akun Instagram @indosbelike hadir sebagai humor sekaligus bentuk artikulasi budaya yang mengikat nostalgia, memori kolektif, dan solidaritas komunitas Indo. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas tidak hadir sebagai entitas statis, melainkan terus diproduksi ulang

melalui praktik komunikasi kultural. Humor berbasis meme memfasilitasi penggabungan antara nostalgia terhadap Indonesia yang tidak pernah dialami langsung oleh sebagian besar generasi muda Indo dengan realitas kehidupan di Belanda. Dengan cara ini, meme bukan hanya refleksi pasif atas pengalaman diaspora, tetapi instrumen aktif yang mempertautkan masa lalu, masa kini, dan imajinasi akan komunitas di masa depan. Sebagaimana dikemukakan Captain (2021), generasi muda Indo semakin menuntut ruang representasi, dalam konteks digital tuntutan ini diwujudkan melalui produksi humor yang sarat makna kultural.

Melalui meme-meme yang membahas kuliner Indonesia dan pengalaman keluarga di rumah, para Indo mencerminkan kehadiran identitas ganda yang bersifat *hybrid*. Nostalgia mengenai praktik keseharian yang dekat dengan kehidupan diaspora Indo merupakan cara komunitas untuk mengingat, merawat, dan menghidupkan kembali keterhubungan budaya mereka. Di balik humor ringan yang menghibur, terdapat upaya untuk membangun solidaritas, meneguhkan ikatan komunitas, dan menandai garis pemisah dari budaya Belanda mayoritas. Dengan menempatkan meme sebagai medium artikulasi identitas, penelitian ini memperluas diskusi tentang bagaimana komunitas diaspora membentuk ruang representasi alternatif yang inklusif, cair, dan mudah diakses. Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang terbatas pada satu akun Instagram sehingga hasilnya belum tentu mewakili

seluruh ragam ekspresi identitas Indo di ruang digital. Penelitian lebih lanjut dapat memperluas kajian ke arah lintas-platform ataupun perbandingan beberapa akun komunitas yang berpotensi menghasilkan pola artikulasi berbeda.

Daftar Pustaka

- Abror, K. T., Tasya Zennika, Esa Puspa Meysa Putri, Kinaya Aita Yukuri, & Supriyono. (2024). Peran Makanan Tradisional Dalam Memperkuat Identitas Nasional. *Jurnal Budaya Nusantara*, 7(1), 24–35. <https://doi.org/10.36456/JBN.vol7.no1.8834>
- Ahmadian, S. (2024). Kurdish Diaspora in Japan: Navigating Kurdish Identity and Activism on Social Media. In *Palgrave Macmillan Studies on Human Rights in Asia* (pp. 257–280). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-97-2867-1_10
- Aziz, A. (2024). Rohingya diaspora online: Mapping the spaces of visibility, resistance and transnational identity on social media. *New Media & Society*, 26(9), 5219–5239. <https://doi.org/10.1177/14614448221132241>
- Baspehlivan, U. (2024). Theorising the memescape: The spatial politics of Internet memes. *Review of International Studies*, 50(1), 35–57. <https://doi.org/10.1017/s0260210523000049>
- Captain, E. (2014). Harmless Identities: Representations of Racial Consciousness among

- Three Generations Indo-Europeans. In *Dutch Racism* (pp. 53–69). BRILL. https://doi.org/10.1163/9789401210096_004
- Captain, E. (2021). Sexual restraint, substitution, transgression, and extreme violence across the late-colonial Dutch East Indies and postcolonial Indonesia. In *The Routledge companion to sexuality and colonialism*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- DeCook, J. R. (2018). Memes and symbolic violence: #proudboys and the use of memes for propaganda and the construction of collective identity. *Learning, Media and Technology, 43*(4), 485–504. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1544149>
- Doornbos, J., Van Hoven, B., & Groote, P. (2022). Negotiating claims of 'whiteness': Indo-European everyday experiences and 'mixed-race' identities in the Netherlands. *Social Identities, 28*(3), 383–399. <https://doi.org/10.1080/13504630.2022.2029739>
- Edelman, H. N., & Edelman, D. J. (2002). Leisure among retired immigrants: The Indos of the Hague. *Chiang Mai University Journal, 1*(2), 177.
- Gal, N., Shifman, L., & Kampf, Z. (2016). "It Gets Better": Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society, 18*(8), 1698–1714. <https://doi.org/10.1177/1461444814568784>
- Gan, J. F. (2024). *Rasa and performance in the Indo diaspora* [The University of Texas at Austin; Application/pdf]. <https://doi.org/10.26153/TSW/56541>
- Halbwachs, M. (2020). *On Collective Memory* (L. A. Coser, Trans.). University of Chicago Press.
- Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora. In *In J. Rutherford (Ed.), Identity: Community, Culture, Difference* (pp. 222–237). Lawrence & Wishart.
- Hall, S. (1996). Who Needs Identity? In *In S. Hall & P. du Gay (Eds.), Questions of Cultural Identity* (pp. 1–17). SAGE.
- Hewett, R. (2015). CHILDREN OF DECOLONISATION: Postcolonial Indo (Eurasian) communities in Indonesia and the Netherlands. *Indonesia and the Malay World, 43*(126), 191–206. <https://doi.org/10.1080/13639811.2014.1001598>
- Holtzman, J. D. (2006). Food and Memory. *Annual Review of Anthropology, 35*(1), 361–378. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.35.081705.123220>
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2008). Remix: The Art and Craft of Endless Hybridization. *Journal of Adolescent & Adult Literacy, 52*(1), 22–33. <https://doi.org/10.1598/JAAL.52.1.3>
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (Fourth edition). SAGE.

- Mansouri, F., Beaman, L., & Hussain, S. (2025). The Everyday Transnational Practices of Migrant Youth: A Transcultural Perspective. *Journal of International Migration and Integration*. <https://doi.org/10.1007/s12134-025-01283-9>
- Milner, R. M. (2016). *The world made meme: Public conversations and participatory media*. The MIT Press.
- Newton, G., Zappavigna, M., Drysdale, K., & Newman, C. E. (2022). More than Humor: Memes as Bonding Icons for Belonging in Donor-Conceived People. *Social Media + Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051211069055>
- Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2017). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. *New Media & Society*, 19(4), 483–501. <https://doi.org/10.1177/1461444815609313>
- O'Dubhghaill, S., & Winkler, S. (2023). Memes as Cultural Artifacts. In *Activist Retail Investors and the Future of Financial Markets* (pp. 85–95). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003351085-7>
- Oltmann, S., & Espinoza Vasquez, F. (2024). How Social Media Affordances Mediate the Digital Diaspora: Latinx Perspectives. *The International Journal of Information, Diversity, & Inclusion (IJIDI)*, 7–28. <https://doi.org/10.33137/ijidi.v8i2.42878>
- Pattynama, P. (2000). Assimilation and Masquerade: Self-Constructions of Indo-Dutch Women. *European Journal of Women's Studies*, 7(3), 281–299. <https://doi.org/10.1177/135050680000700304>
- Paudel, B. P., & Devkota, B. (2024). Water sanitation and hygiene practices of the indigenous Tharu community in Chitwan, Nepal. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1307(1), 012019. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1307/1/012019>
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Stern, Jamie. D. (2022). Three generations later; Examining transnationalism, cultural preservation, and transgenerational trauma in United States Indo population. *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 23(3). <https://doi.org/10.17510/wacana.v23i3.1006>
- Sutton, D. E. (2001). *Remembrance of Repasts: An Anthropology of Food and Memory* (1st ed.). Oxford International Publishers Ltd. <https://doi.org/10.5040/9781350044883>
- Van Amersfoort, H., & Van Niekerk, M. (2006). Immigration as a Colonial Inheritance: Post-Colonial Immigrants in the Netherlands, 1945–2002.

Journal of Ethnic and Migration Studies, 32(3), 323–346.

<https://doi.org/10.1080/13691830600555210>

Vries, M. de. (2009). *"Indisch is een gevoel": De tweede en derde generatie Indische Nederlanders*. Amsterdam University Press.

Wong, D. (2023). Building Critical digital diasporic spaces: Digital memes and physical art in collective liberation. *Diaspora, Indigenous, and Minority Education*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/15595692.2023.2292526>