

METAFORA VISUAL REPRESENTASI FENOMENA VIRAL DALAM
KONTEKS FIGURA AWAM MENERUSI KARYA SENI CATAN

IZZAL KHAIRI BIN RAMLI

TESIS DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
IJAZAH DOKTOR FALSAFAH
(MOD PENYELIDIKAN)

FAKULTI SENI, KELESTARIAN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2023



Sila tanda (✓)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

/

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH

PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN

Perakuan ini telah dibuat pada 07 (hari bulan) MAC (bulan) 2023

i. Perakuan pelajar :

Saya, IZZAL KHAIRI BIN RAMLI, P20152002154, FAKULTI SENI, KELESTARIAN DAN INDUSTRI KREATIF dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk METAFORA VISUAL REPRESENTASI FENOMENA VIRAL DALAM KONTEKS FIGURA AWAM MENERUSI KARYA SENI CATAN adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejelasnya dan secukupnya

Tandatangan pelajar

ii. Perakuan Penyelia:

Saya, PROF. MADYA DR. ABDUL AZIZ BIN ZALAY @ ZALI dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk METAFORA VISUAL REPRESENTASI FENOMENA VIRAL DALAM KONTEKS FIGURA AWAM MENERUSI KARYA SENI CATAN dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh Ijazah DOKTOR FALSAFAH.

16.3.2023

Tarikh

Tandatangan Penyelia
DR ABDUL AZIZ ZALAY
PENSYARAH KANAN
JABATAN SENI DAN REKABENTUK
FAKULTI SENI, KOMPUTERAN & INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS



**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES**

**BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: **METAFORA VISUAL REPRESENTASI FENOMENA VIRAL DALAM
KONTEKS FIGURA AWAM MENERUSI KARYA SENI CATAN**

No. Matrik / Matric's No.: **P20152002154**

Saya / I: **IZZAL KHAIRI BIN RAMLI**

(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.
The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.
Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.
The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.
4. Sila tandakan (✓) bagi pilihan kategori di bawah / Please tick (✓) for category below:-

☐ **SULIT/CONFIDENTIAL**

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / *Contains confidential information under the Official Secret Act 1972*

☐ **TERHAD/RESTRICTED**

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / *Contains restricted information as specified by the organization where research was done.*

☒ **TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS**

(Tandatangan Pelajar/ Signature)

(Tandatangan Penyelia / Signature of Supervisor)
& (Nama & Cop Rasmi / Name & Official Stamp)

Tarikh: **07 MAC 2023**

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

Notes: If the thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentiality or restriction.



PENGHARGAAN

Alhamdulillah, bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izinNya tesis ini berjaya disiapkan sepenuhnya. Dalam ikhtiar untuk menyempurnakan penyelidikan studio seni halus ini, ucapan jutaan terima kasih dan setinggi penghargaan yang tidak terhingga ditujukan kepada penyelia utama iaitu Prof. Madya Dr. Abdul Aziz bin Zalay @ Zali dan penyelia bersama iaitu Prof Dr. Mohd Fauzi bin Sedon @ M. Dom. Mereka telah banyak membantu memberikan bimbingan, nasihat dan sokongan pada sepanjang proses perlaksanaan kajian ini dijalankan mengikut garis panduan yang ditetapkan. Sanjungan ini juga dirakamkan kepada Kementerian Pengajian Tinggi yang menyediakan pembiayaan pengajian MyPhd menerusi program Mybrain15 dalam tempoh yang diberikan. Sekalung penghargaan juga ditujukan pada Bahagian Sumber Manusia, Universiti Pendidikan Sultan Idris kerana menawarkan cuti belajar tanpa biasiswa bagi mempermudah segala urusan menamatkan pengajian ini. Ucapan terima kasih juga buat seisi keluarga yang disayangi, terutamanya Balkhish (ibu), Nur'Aisyah (isteri) dan adik-beradik yang tidak putus memberikan sokongan moral. Selain itu, anak-anak dari Muhammad Irfan Zahidi, Dian Zara Amani, Iffah Raihanah dan Irsyaad Raef yang menjadi pencetus semangat untuk meneruskan pengajian ini hingga selesai. Hanya Tuhan Yang Maha Esa sahaja dapat membalas jasa baik mereka yang selalu merestui dan berdoa atas segala urusan bagi melengkapi pengajian ini. Seterusnya, tidak lupa juga ribuan terima kasih kepada semua rakan perjuangan dalam kalangan pelajar pasca siswazah, bekas pensyarah Universiti Teknologi Mara, Universiti Sains Malaysia dan para ahli akademik serta kakitangan pentadbiran Universiti Pendidikan Sultan Idris yang terlibat secara langsung atau tidak langsung membantu dari sudut pembangunan, pengurusan dan perlaksanaan projek menerusi sumbangan idea, tenaga dan masa mereka. Akhir kata, sekalung penghargaan dan jutaan terima kasih juga buat pihak jawatankuasa pengurusan Jabatan Multimedia Kreatif serta Fakulti, Seni, Komputeran dan Industri Kreatif yang berperanan menjadi pemudah cara bagi segala permasalahan yang berlaku dan resolusi yang telah diambil sewajarnya kepada diri ini.





ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menyelidik norma sosiobudaya masyarakat menerusi konsep fenomena viral melalui platform media sosial. Penyelidikan ini menginterpretasikan semula dimensi dan elemen viral, simbol profil dan profesion individu terhadap prinsip fenomena sosial internet berlandaskan polemik isu semasa. Metodologi kajian yang digunakan adalah menerusi tiga pendekatan penyelidikan praktis studio iaitu kaedah refleksi kritis sendiri, eksperimentasi studio dan tinjauan kontekstual. Kajian ini membabitkan tiga fasa penyelidikan studio di mana setiap satunya mempunyai sebanyak lima buah karya catan yang telah dihasilkan. Kaedah pendekatan karya dijalankan dengan mengadaptasi perihai sifat kandungan viral berasaskan petikan teks, video, imej, gambar yang tular di media sosial. Aktiviti ini diolah semula dalam konteks eksposisi metafora visual menerusi perkaitan subjek, objek, figura, figuratif, bentuk dan makna secara tersurat atau tersirat. Dapatan kajian menemukan tiga komponen utama yang merangkumi normatif fenomenologi, interpretasi populariti dan justifikasi propaganda sebagai panduan kontekstual projek penyelidikan. Tinjauan pelukis rujukan adalah terdiri daripada 8 orang pelukis dari Malaysia dan 12 orang dari luar negara yang terlibat dalam kajian ini. Rangkuman penerokaan sumber idea ini meliputi 4 elemen utama iaitu isu fenomena viral dan kritikan sosial, unsur figuratif dan representasi figura awam, elemen jukstaposisi, simbolisme warna dan imejan visual serta eksplorasi dimensi dan formasi panel. Kesimpulannya, pendekatan heuristik menerusi prosedur dialektik visual telah menunjukkan dominasi bentuk persembahan melalui variasi format, jumlah panel karya bagi mewakili satu isu karya. Manakala dapatan karya akhir yang menampilkan satu panel sebagai sintesis pernyataan karya bagi kesemua isu yang telah diketengahkan. Implikasi kajian ini diharap dapat membantu perkembangan ilmu bidang seni halus Malaysia menerusi rangkaian naratif idea produksi visual karya catan bagi dihubungkan dengan hujahan isu semasa yang bersifat kritis. Sumbangan ini termasuk dalam pembinaan perspektif dan paradigma baru dalam merungkaikan konotasi figura awam viral menerusi selebiri internet sebagai suatu bentuk propaganda visual dan verbal dalam konteks semasa.



VISUAL METAPHOR THE REPRESENTATION OF VIRAL PHENOMENON WITHIN THE CONTEXT OF PUBLIC FIGURES THROUGH PAINTING

ABSTRACT

This study aims to investigate the sociocultural norms from top to bottom of society through the concept of viral phenomenon in various social media platforms. Based on recent controversies, this research reinterprets the dimensions and elements of viral, figurative symbols and personal occupations against the principles of Internet social phenomena. The research methodology used is through three approaches in studio practice research, namely self-critical reflection, studio experimentation and contextual review approaches. This study involves three phases of studio-based research where each of them has a total of five paintings that have been produced. The method of the approach of the work is carried out by adapting the description of the nature of viral content based on excerpts of text, video, images, pictures that are infectious on social media. These activities are rephrased in the context of visual metaphor exposition through the connection between subject, object, figure, figurative, form and meaning implicitly or explicitly. The findings of the study came up with three main components that include phenomenological normative, popularity interpretation and propaganda justification as a contextual guide of the research project. The survey on reference painters consisted of 8 artists from Malaysia and 12 artists from abroad involved in this study. The summary of the idea source through exploration covers four main elements namely the issue of viral phenomena and social criticism, figurative elements and representation of public figures, juxtaposition elements, colour symbolism and visual imagery as well as dimensional exploration and panel formation. In conclusion, the heuristic approach through visual dialectical procedures has shown the dominance of presentation form through variation of format, the number of artwork panels to represent a single work issue. While the findings of the final work featuring a panel as a synthesis of the statement of the work for all issues that have been highlighted. The implications of this study are intended to help the development of Malaysian fine arts through a series of narrative ideas for visual production of paintings to be connected with the argument of current critical issues. These contributions include the construction of new perspectives and paradigms in unravelling the connotations of viral public figures through the internet as a form of visual and verbal propaganda in the current context.

**KANDUNGAN****Muka Surat**

PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xii
SENARAI RAJAH	xiii
BAB 1 PENGENALAN	
1.1 Latar Belakang Kajian	1
1.1.1 Media Sosial dan Fenomena Viral: Konteks Malaysia	12
1.2 Isu dan Masalah Kajian	20
1.3 Objektif Kajian	22
1.4 Persoalan Kajian	23
1.5 Garis Panduan Projek	23
1.6 Limitasi Kajian	
1.6.1 Identifikasi Isu	27
1.6.2 Konteks Seni Catan	29
1.7 Signifikan Kajian	31
1.8 Kerangka Konseptual Kajian	33
1.9 Tinjauan Karya Terdahulu – Subjek dan Idea	35
1.10 Pembangunan Utama Dalam Penyelidikan Praktikal	48



BAB 2 KONTEKS

2.1	Tinjauan Teoritikal Idea	63
2.1.1	Pengenalan	63
2.1.2	Metafora Visual dan Praktis Seni Catan	66
2.1.3	Fenomenologi dan Fenomena Viral	69
2.1.4	Populariti dan Figura Awam	79
2.1.5	Propaganda dan Selebriti Internet	82
2.2	Tinjauan Pelukis Rujukan	89
2.2.1	Pengenalan	89
2.2.2	Fenomena Viral dan Kritikan Sosial	94
	Alim Smith, Masnoor Ramli Mahmud, Ruzzeki Harris, Noor Azizan Rahman Paiman, Ahmad Fuad Osman.	
2.2.3	Figuratif dan Representasi Figura Awam	118
	Agus Suwage, Jirapat Tatsanasomboon, Ron English, Jailani Abu Hassan, Shepard Fairey	
2.2.4	Jukstaposisi, Simbolisme Warna dan Imej Visual.	134
	Rene Magritte, Alex Gross, Edroger Rosili, Jittagarn Kaewtinkoy, Amy Sherald	
2.2.5	Dimensi dan Formasi Panel	150
	Ali Nurazmal, Yue Min Jun, Mark Ryden, Kehinde Wiley, Mohd Fadli Yusoff	

BAB 3 PENYELIDIKAN STUDIO

3.1	Pengenalan	166
3.2	Metodologi	167
3.2.1	Refleksi Kritis Kendiri	168
3.2.1.1	Marshall, C. (2010). <i>'Studio-Based Research in Art'</i>	169

3.2.1.2	' <i>Aesthetico-Action Research</i> ' oleh Cora Marshall, 2010	170
3.2.1.3	Teliti (<i>Observe</i>)	171
3.2.1.4	Refleksi (<i>Reflect</i>)	172
3.2.1.5	Rancang (<i>Plan</i>)	173
3.2.1.6	Hasil (<i>Create</i>)	174
3.2.2	Eksperimentasi Studio	175
3.2.2.1	Proposal Karya	177
3.2.2.2	Cadangan Karya	177
3.2.2.3	Karya Akhir	178
3.2.3	Tinjauan Kontekstual	179
3.2.3.1	Sesi Kritik	180
3.2.3.2	Praktis Seni	181
3.3	Kajian Studio dan Analisis	191
3.3.1	Fasa Satu: Normatif Fenomenologi dan Fenomena Viral	193
3.3.1.1	Analisis Karya Pertama: " <i>Debunking: Fake, Fiction & Fact</i> ", (2018, 2020)	195
3.3.1.2	Analisis Karya Kedua: " <i>Objek Viral: Berita Dari Mulut</i> ", (2018, 2020)	209
3.3.1.3	Analisis Karya Ketiga: " <i>Ungkapan Tular: Buah Tangan, Buah Mulut dan Hak Cipta</i> ", (2019)	233
3.3.1.4	Analisis Karya Keempat: " <i>Viral: Virus dan Vektor</i> ", (2019, 2020)	256
3.3.1.5	Analisis Karya Kelima: " <i>Profil: Jenama Diri</i> ", (2019, 2021)	275

3.3.2 Fasa Dua: Interpretasi Populariti dan Figura Awam	294
3.3.2.1 Analisis Karya Pertama: “Pop! Public Figures . . .”, (2020)	296
3.3.2.2 Analisis Karya Kedua: “Publicity . . .”, (2020)	309
3.3.2.3 Analisis Karya Ketiga: “Platform. . .”, (2020)	322
3.3.2.4 Analisis Karya Keempat: “Positioning . . .”, (2021)	337
3.3.2.5 Analisis Karya Kelima: “Personality . . .”, (2021)	348
3.3.3 Fasa Tiga; Justifikasi Propaganda dan Selebriti Internet	366
3.3.3.1 Analisis Karya Bahagian Pertama Hingga Bahagian Karya Kelima Karya Pertama: “Type & Tribe”, (2022) Karya Kedua: “Netizen Army & Enemy”, (2022) Karya Ketiga: “Attention & Sensation”, (2022) Karya Keempat: “Familiar & Extraordinary”, (2022) Karya Kelima: “Influence & Followers”, (2022)	368

BAB 4 KESIMPULAN

4.1 Rumusan	406
4.2 Kesimpulan Kajian	407
4.2.1 Fundamental Isu, Idea dan Teori Utama	408
4.2.2 Hasil Anatomi Karya dan Disiplin Media Catan	410
4.2.3 Profesional Praktis dan Metodologi Seni Halus	411

4.3	Cadangan Untuk Kajian Lanjutan	413
	RUJUKAN	415
	LAMPIRAN	446

**SENARAI JADUAL**

No. Jadual		Muka Surat
3.3.1	Keterangan prosedur dialektik visual dan komponen utama penyelidikan	192
3.3.1.1	Perincian kriteria karya bagi fasa dan komponen satu	194
3.3.1.2.1	Kriteria rasional aktiviti menerusi dimensi dan elemen <i>word-of-mouth</i> (WOM)	230
3.3.1.3.1	Perincian pernyataan peribahasa ‘buah mulut’ menerusi topik isu utama	243
3.3.1.3.2	Perincian ungkapan viral dan objek benda	248
3.3.1.3.3	Perincian interpretasi huruf dan imejan buah	252
3.3.1.5.1	Interpretasi format panel melalui konotasi “profil”	289
3.3.2.1	Perincian kriteria karya bagi fasa dan komponen dua	295
3.3.3.1	Perincian kriteria karya bagi fasa dan komponen tiga	367





SENARAI RAJAH

No. Rajah		Muka Surat
1.1.1	Pemasaran viral menerusi media sosial	3
1.1.2	Salah satu video viral pertama di internet	4
1.1.3	Apakah itu tanda pagar? sebab dan cara menggunakannya dengan yakin	6
1.1.4	Rangkaian tema dalam <i>podcast</i>	8
1.1.5	Carta 10 emosi teratas untuk imej viral	10
1.1.1.1	Video kreatif cikgu Shida dan cikgu Ku Langkawi	13
1.1.1.2	Berita palsu lebih cepat tersebar berbanding virus Covid19	14
1.1.1.3	Buku bertajuk #Kipidap oleh aktivis Abdul Rani Kulup	15
1.1.1.4	Viral roti Gardenia kehabisan stok	18
1.8.1	Kerangka konseptual bagi selebriti internet: propaganda visual dan verbal kontemporari menerusi metodologi penyelidikan studio praktis	33
1.9.1	Peta tematik idea, kata kunci dan matlamat kajian siri satu	37
1.9.2	Izzal Khairi Ramli. "True Heroism: The Dictator", (2012). Cat akrilik atas kanvas, 122 cm x 152 cm	39
1.9.3	Izzal Khairi Ramli. "True Heroism: The Legendary Strongman", (2013). Cat minyak dan akrilik atas kanvas, 228 cm x 107 cm (<i>triptych</i>)	40
1.9.4	Izzal Khairi Ramli. "True Heroism: Mr. Lone Ranger", (2014). Cat minyak atas kanvas, 137 cm x 152 cm	41





1.9.5	Peta tematik idea, kata kunci dan matlamat kajian siri dua	42
1.9.6	Izzal Khairi Ramli. “King of Rock n Roll VS King of You Tube”, (2014). Cat minyak dan akrilik atas kanvas, cetakan digital atas tarpolin, 5cm x 152 cm, 242 cm x 152 cm(<i>diptych</i>)	44
1.9.7	Izzal Khairi Ramli. “Fight for Your Right”, (2015). Cat minyak dan akrilik dan kolaj atas kanvas, 122 cm x 306 cm, 10 cm x 153 cm (<i>diptych</i>)	45
1.9.8	Izzal Khairi Ramli. “Mr. Lone Ranger, Tonto and Silver”, (2016). Cat minyak atas kanvas, cetakan digitas atas tarpolin, 122 cm x 306 cm (<i>diptych</i>)	46
1.9.9	Pernyataan karya dari tema dan isu	47
2.1.1.1	Kerangka aktiviti kontekstual penyelidikan (Disesuaikan dari Sullivan, 2010)	66
2.2.1.1	Rangkuman tema, isu dan pelukis rujukan	90
2.2.2.1	Alim Smith. “The Baby Face Baller (Micheal Jordan)”, (2017). Cat minyak atas kanvas, saiz 18 inci x 24 inci	98
2.2.2.2	Alim Smith. “Snoop”, (2017). Pastel dan cat akrilik atas kanvas, saiz 24 inci x 36 inci	98
2.2.2.3	Masnoor Ramli Mahmud. “Moulding the History: Grey Area in a Grey Sky”, (2014). Akrilik atas kanvas, saiz 140 cm x 215 cm	101
2.2.2.4	Masnoor Ramli Mahmud. “Moulding the History: Speculation Goes Viral on the Wall”, (2015). Akrilik dan cetakan imej atas kanvas, saiz 242 cm x 298 cm	102
2.2.2.5	Ruzzeki Harris. “#Duckfies”, (2015). Cat minyak atas kanvas, saiz 161.5 cm x 181.5 cm	104
2.2.2.6	Ruzzeki Harris. “Device”, (2015). Cat minyak, cat aerosol atas kanvas, saiz 161 cm x 235 cm	105
2.2.2.7	Ruzzeki Harris. “Leka”, (2015). Cat minyak atas kanvas, saiz 165.5 cm x 171 cm	106





2.2.2.8	Ruzzeki Harris. “Vandalove”, (2015). Media campuran atas kanvas, saiz 153 cm x 184 cm	107
2.2.2.9	Ruzzeki Harris. “DAB”, (2016). Cat minyak, cat aerosol atas kanvas, saiz 130 cm x 130 cm	108
2.2.2.10	Ruzzeki Harris. “King Culprit”, (2017). Cat minyak, cat aerosol atas kain jut, saiz 195 cm x 130 cm	109
2.2.2.11	Noor Azizan Rahman Paiman. “30 April 2008, 2 November 2008 dari Malaysia 365 Days of 2008”, (2009). Cat air dan cetakan dakwat atas kertas. Saiz 29 cm x 29 cm	111
2.2.2.12	Noor Azizan Rahman Paiman. “Dasar Pendidikan Negara”, (2014). Cat minyak atas kanvas, saiz 31cm x 31cm	112
2.2.2.13	Noor Azizan Rahman Paiman. “Toaster Paper Bread”, (2015). Media campuran atas mampatan surat khabar lama, saiz 29 cm x 29 cm	113
2.2.2.14	Ahmad Fuad Osman. “Untitled”, (2012). Cetakan digital dan Instalasi Poster saiz A4	115
2.2.2.15	Ahmad Fuad Osman. “Dreaming of Being a Somebody Afraid of Being a Nobody”, (2019). Cetakan UV atas cermin	116
2.2.3.1	Agus Suwage. “Merayakan Seni Kontemporer I”. (2009). Akrilik atas kertas, saiz 150 cm x 140 cm	119
2.2.3.2	Agus Suwage. “Man of The Year”, (2009). Cat minyak atas linen, saiz 200 cm x 250 cm	120
2.2.3.3	Agus Suwage. “Waiting For Godot”, (2013). Cat akrilik dan cat minyak atas kanvas, saiz 250 cm x 200 cm	121
2.2.3.4	Agus Suwage. “The Super Omnivore #4”, (2016). Cat akrilik dan sulaman atas kanvas, saiz 150 cm x 200 cm	122
2.2.3.5	Jirapat Tatsanasomboon. “Thai Boxing (2)”, (2006). Cat akrilik atas kanvas, saiz 70 cm x 90 cm	124





2.2.3.6	Jirapat Tatsanasomboon. “Forbidden Friut (Rama vs Obama)”, (2009). Cat akrilik atas kanvas, saiz 45.3 inci x 59 inci	124
2.2.3.7	Jirapat Tatsanasomboon. “Take Me Please!”, (2012). Cat akrilik atas kanvas, saiz 129 cm x 129 cm	125
2.2.3.8	Ron English. “Abraham Obama”, (2008). Cat akrilik atas kanvas, saiz 180.5 cm x 147.5 cm	127
2.2.3.9	Ron English. “Clown School”, (2015). Cat minyak atas kanvas. saiz 91.4 cm x 91.4 cm	128
2.2.3.10	Jailani Abu Hassan. “Halal”, (2007). Cat minyak atas kanvas, saiz 122 cm x 122 cm	129
2.2.3.11	Jailani Abu Hassan. “Dato’ John”, (2014). Cat Akrilik dan Bitumen atas kanvas. saiz 182 cm x 213 cm	130
2.2.3.12	Shepard Fairey. “Obama Hope Version 1”, (2008). Media campuran (stensil, cetakan sutera saring dan kolaj), saiz 121.92 cm x 182.88 cm	132
2.2.3.13	Shepard Fairey. “Pay Up or Shut Up”, (2015). Media campuran (stensil, cetakan sutera saring dan kolaj). Saiz 76.2 cm x 104.1 cm	133
2.2.4.1	Rene Magritte. “The Treachery of Images”, (1929). Cat minyak atas kanvas, saiz 60.33 cm x 81.12 cm	137
2.2.4.2	Rene Magritte. “Man in a Bowler Hat”. (1964) Cat minyak atas kanvas, saiz 63.5 cm x 48 cm	138
2.2.4.3	Alex Gross. “Memory Fragments”, (2015). Cat minyak atas kertas, saiz 40.25 cm x 53.5 cm	139
2.2.4.4	Alex Gross. “Service Industry”, (2013). Cat minyak atas kanvas. saiz 75 cm x 118 cm	140
2.2.4.5	Edroger Rosili. “Jepun Attack Malaya (Ultraman lawan Sarjan Durian)”. 2017. Cat akrilik atas kanvas, saiz 122 cm x 122 cm	142





2.2.4.6	Rajah 2.2.4.6. Edroger Rosili. “Ultraman Mebius lawan Pendekar Jantung Pisang + Orang Putih Darjah 4 Suku”, (2017). Cat akrilik atas kanvas, saiz 153 cm x 184 cm	143
2.2.4.7	Jittagarn Kaewtinkoy. “Intervention”, (2015). Cat minyak dan akrilik atas kanvas, saiz 190 cm x 143 cm	145
2.2.4.8	Jittagarn Kaewtinkoy. “In the loop”, (2016) Cat minyak dan daun emas atas kanvas, saiz 120 cm x 160 cm	146
2.2.4.9	Amy Sherald. “Rabbit in The Hat”, (2009). Cat minyak atas kanvas, saiz 137.16 cm x 109.22 cm	147
2.2.4.10	Amy Sherald. “Grand Dame Queenie”, (2012). Cat minyak atas kanvas, saiz 137.8 cm x 109.2 cm	148
2.2.5.1	Ali Nurazmal. “Patriotic”, (2015). Cat Minyak atas kanvas, saiz 183 cm x 335 cm (7 panel boleh ditukar ganti)	153
2.2.5.2	Ali Nurazmal. “Networking”, (2012). Cat minyak atas kanvas, saiz 122 cm x 76 cm setiap satu (4 bahagian panel)	154
2.2.5.3	Yue Minjun. “Self Potrait”, (1997). Cat Minyak atas kanvas, saiz 250 cm x 364 cm (dalam dua bahagian)	155
2.2.5.4	Yue Minjun. “The Massacre at Chios”, (1994). Cat minyak atas kanvas, saiz 250 cm x 364 cm (<i>diptych</i>)	156
2.2.5.5	Mark Ryden. “Pink Lincoln”, (2010). Cat minyak atas kanvas. saiz 55.9 cm x 40.6 cm 139.7 cm x 86.4 cm x 7.6 cm	158
2.2.5.6	Mark Ryden. “The Magic Circus”, (2001). Cat minyak atas kanvas, saiz 101 cm x 152 cm 127 cm x 187 cm	159
2.2.5.7	Kehinde Wiley, “Fool's Gold”. (2003). Cat Minyak atas kanvas, saiz 152.7 cm x 121.9 cm (<i>triptych</i>)	160
2.2.5.8	Kehinde Wiley. “Triple Portrait of Charles I”. (2007). Cat minyak atas kanvas, saiz 208.3 cm x 243.8 cm (<i>triptych</i>)	161
2.2.5.9	Mohd Fadli Yusoff. “Stand and choose yourself I”.	162





	(2010). Cat akrilik atas kanvas, saiz 214 cm x 326 cm	
2.2.5.10	Mohd Fadli Yusoff. “Stand and choose yourself II”. (2011).Cat Akrilik atas kanvas. Saiz 214 cm x 326 cm	163
3.2.1.2.1	Kitaran proses aktif “Aesthetico-Action Research”.	170
3.2.2.1	Sasaran penyelidikan menerusi eksperimentasi studio	176
3.2.3.2.1	Kerangka konsep penyelidikan pameran ‘Pop-Cons, Two Man Show Exhibition’.	184
3.3.1.1	Kerangka konsep penyelidikan komponen satu	193
3.3.1.1.1	Ciri suatu kandungan boleh menjadi viral	195
3.3.1.1.2	Memerangi perihal <i>disinformation</i> dan berita palsu	197
3.3.1.1.3	Adegan filem King Kong tahun 2005	198
3.3.1.1.4	Manipulasi digital konsep imej dan warna	199
3.3.1.1.5	Proses penghasilan imejan atas dua panel kanvas	199
3.3.1.1.6	Eksplorasi media dan teknik kolaj huruf atas kanvas	201
3.3.1.1.7	Unsur teks dan perlambangan ideologi karya satu	203
3.3.1.1.8	Analogi komposisi dan ruang dalam karya	204
3.3.1.1.9	Fasa 1: proposal format persembahan karya satu	205
3.3.1.1.10	Cadangan karya satu menerusi pameran dan Pertandingan Seni Lukis Terbuka Pulau Pinang, 2018, Muzium dan Balai Seni Lukis, Pulau Pinang	206
3.3.1.1.11	Cadangan Karya satu menerusi Pameran Trio 3 Idioms, Galeri Seni, UPSI	207
3.3.1.1.12	Izzal Khairi Ramli. “Debunking: Fake, Fiction and Fact”, (2018, 2020). Media campuran atas kanvas, saiz 184 cm x 152 cm setiap panel (<i>diptych</i>)	208





3.3.1.2.1	Konsep “Word-of-mouth virality” dari Greylock Perspectives	210
3.3.1.2.2	Isu label tidak halal pada produk kacang tular	212
3.3.1.2.3	Video viral yang dimuat naik di laman sosial	213
3.3.1.2.4	Raja bomoh MH370 jadi Raja lawak	214
3.3.1.2.5	Nasi lemak anak dara gamat dewan rakyat	215
3.3.1.2.6	Foto Gadis air mineral Shell yang menjadi viral	215
3.3.1.2.7	Penangan ais kepal milo tok abah	216
3.3.1.2.8	Michael Senatore dengan cabaran botol <i>flip</i>	217
3.3.1.2.9	Pikataro dengan lagu “Pen-Pineapple-Apple-Pen” yang <i>catchy</i> menjadi <i>earworm</i> di saluran internet.	217
3.3.1.2.10	Cabaran “ <i>Ice Bucket</i> ” yang menular di media sosial	218
3.3.1.2.11	Interpretasi proses dan teknik terjemahan imejan panel satu	220
3.3.1.2.12	Imej dari tanda cap pada bahagian setiap panel atas karya	221
3.3.1.2.13	Lakaran spesifikasi penggunaan media dan medium karya dua	223
3.3.1.2.14	Tinjauan sepuluh individu pilihan bagi data sokongan verbal dan visual karya dua	226
3.3.1.2.15	Paparan visual pada bahagian bawah bagi panel satu	227
3.3.1.2.16	Cadangan karya dua fasa satu menerusi ‘Pameran 3 Idioms’ bertempat di Galeri Seni, UPSI.	228
3.3.1.2.17	Fasa 1: proposal format persembahan karya dua	229
3.3.1.2.18	Izzal Khairi Ramli “Objek Viral: Berita dari Mulut” (2018, 2020), Media campuran atas kanvas, saiz 32 cm x	232





66 cm setiap panel

3.3.1.3.1	Apa Itu 'Hashtag'?	233
3.3.1.3.2	Wak Doyok dengan <i>tagline</i> 'Aku Yang Pakai Kau Yang Panas' dan simbol Buah Manggis	236
3.3.1.3.3	Sultan Muhammad V, ungkapan 'sila duduk, jangan lari' dan simbol Buah Durian	237
3.3.1.3.4	Dato Aliff Syukri dengan <i>tagline</i> 'Terlajak Laris' dan simbol Buah Mangga.	238
3.3.1.3.5	Abdul Rani dengan <i>tagline</i> 'Kipidap Dongibab' dan simbol Buah Gajus	239
3.3.1.3.6	Dato' Sri Najib Razak dengan slogan 'Malu Apa Bosku' dan simbol Buah Ceri	240
3.3.1.3.7	Datuk Seri Vida dengan <i>tagline</i> popular 'Qu Puteh, Qu Puteh. Barulah Puteh' dan simbol Buah Delima	241
3.3.1.3.8	Dai Farhan dengan <i>tagline</i> 'Aura 18 Kali & Ke 19' dan simbol Buah Strawberi	242
3.3.1.3.9	Konsep 'polka dot' dan kolaj perkataan dari topik isu	245
3.3.1.3.10	Spesifikasi bahantara media dan teknik karya tiga	246
3.3.1.3.11	Konsep biasan teks pada bahagian dalam panel karya	247
3.3.1.3.12	Eksplorasi unsur metafora teks, bahan dan objek dalam karya	249
3.3.1.3.13	Inspirasi konsep "Flash Card" atau kad imbas	251
3.3.1.3.14	Fasa 1: proposal format persembahan karya tiga	253
3.3.1.3.15	Izzal Khairi Ramli. "Ungkapan Tular: Buah Tangan, Buah Mulut dan Hak Cipta", (2019). Media campuran atas papan, saiz 32 cm x 37 cm (setiap panel)	255





3.3.1.4.1	Landskap dan Jaringan media sosial	256
3.3.1.4.2	Laman Portal Sebenarnya.my sebagai pusat sehenti dalam talian	259
3.3.1.4.3	Mengapa sesuatu kandungan itu layak dikongsi	260
3.3.1.4.4	Penyakit berjangkit boleh berpunca dari najis burung	262
3.3.1.4.5	Tempoh kitaran hidup nyamuk	263
3.3.1.4.6	Tempoh kitaran hidup lalat	264
3.3.1.4.7	Proses interpretasi imej, warna dan ruang latar	265
3.3.1.4.8	Teknik stensil pada bahagian tengah panel karya empat	267
3.3.1.4.9	Bahantara tambahan dari roda putih pada bahagian bawah karya	267
3.3.1.4.10	Olahan gambaran imejan nyamuk dan lalat	269
3.3.1.4.11	Aturan komposisi dan ruang tiga bahagian panel karya	270
3.3.1.4.12	Fasa 1: proposal format persembahan karya empat	272
3.3.1.4.13	Cadangan karya empat menerusi Pameran 3 Idioms, Galeri Seni, UPSI.	273
3.3.1.4.14	Izzal Khairi Ramli “Viral: Virus dan Vektor”, (2019, 2020). Media campuran, saiz 61.5 cm x 153 cm dan (2 panel), 31 cm x 153 cm (<i>triptych</i>)	274
3.3.1.5.1	Konsep menjadi viral dalam dunia digital	275
3.3.1.5.2	Rahsia mencipta video pemasaran viral	278
3.3.1.5.3	Shepard Fairey. “Obama Hope” Versi 1, (2008). Media campuran, saiz 121.92 cm x 182.88 cm.	280
3.3.1.5.4	QPark dan konsep warna ‘shades of green’	281
3.3.1.5.5	Salt Bae dan konsep warna ‘flamboyant color palette’	282





3.3.1.5.6	Mrs Yeah dan konsep warna ‘sunset color scheme’	282
3.3.1.5.7	Sad Clown dan konsep warna ‘electricity color palettes’	283
3.3.1.5.8	Zach King dan konsep warna ‘magical color scheme’	284
3.3.1.5.9	Khabib dan konsep warna ‘summer color palette’	284
3.3.1.5.10	Proses catan pada imej subjek dan latar panel	285
3.3.1.5.11	Teknik kolaj pada bahantara tambahan simbol ‘play’	286
3.3.1.5.12	Spesifikasi kemasan pada bahagian bingkai karya	287
3.3.1.5.13	Inspirasi pada “YouTube Play Button Award’ dengan konsep olahan semula dalam karya	288
3.3.1.5.14	Peletakan konotasi perkataan “PROFIL” pada setiap panel	290
3.3.1.5.15	Fasa 1: proposal format persembahan karya lima	291
3.3.1.5.16	Cadangan karya pada Pameran MAEF 2021, World Trade Centre Kuala Lumpur.	292
3.3.1.5.17	Izzal Khairi Ramli. “Profil: Jenama Diri”, (2020). Media campuran atas papan, saiz 37.5 cm x 47.5 cm (setiap panel)	293
3.3.2.1	Kerangka konsep penyelidikan komponen dua	294
3.3.2.1.1	Persoalan tentang kandungan viral dan sifat popularnya	296
3.3.2.1.2	Trend viral dan wabak hiburan semasa	297
3.3.2.1.3	Senarai garapan potret menerusi figura awam pilihan dalam karya	298
3.3.2.1.4	Eksplorasi media cat air, akrilik, pen dan pensil	300
3.3.2.1.5	Eksperimentasi penggunaan pelekat ‘emoji’ dan label ucapan perkataan	300





3.3.2.1.6	Kemasan bingkai sedia ada dari keluaran Ikea	301
3.3.2.1.7	Konsep imej menerusi teknik <i>closeup</i> , <i>zoom in</i> dan <i>zoom out</i>	302
3.3.2.1.8	Imbangan ruang komposisi karya antara sifat penuh dan kosong	304
3.3.2.1.9	Cadangan awal komposisi persembahan keseluruhan karya	305
3.3.2.1.10	Fasa 2: proposal format persembahan karya tiga	306
3.3.2.1.11	Cadangan format persembahan karya menerusi Pameran Pertandingan Seni Lukis Terbuka Pulau Pinang pada tahun 2019	307
3.3.2.1.12	Cadangan format persembahan karya menerusi Pameran Pop-Cons Two Man Show Exhibition, 2020	308
3.3.2.1.13	Izzal khairi Ramli. "Pop! Public Figures . . .", (2020). Cat air, pensil, pen dan kolaj atas kertas, saiz 37.5 cm x 47.5 cm (setiap panel)	309
3.3.2.2.1	Apakah itu pemasaran viral?	310
3.3.2.2.2	Kelebihan dan faedah pemasaran viral	311
3.3.2.2.3	Dato Seri Vida dan lakaran imejan dalam karya	312
3.3.2.2.4	Datuk Seri Aliff Syukri dan lakaran imejan dalam karya	313
3.3.2.2.5	Nur Sajat dan lakaran imejan dalam karya	313
3.3.2.2.6	Proses olahan imej dan penetapan warna latar pada catan	315
3.3.2.2.7	Teknik kolaj butang kristal pada latar karya	315
3.3.2.2.8	Label huruf besar pada latar belakang karya	316
3.3.2.2.9	Proses meletakkan unsur tipografi pada karya	317
3.3.2.2.10	Label peletakan teks atas ruang komposisi karya	318



3.3.2.2.11	Fasa 2: proposal format persembahan karya dua	319
3.3.2.2.12	Cadangan format persembahan karya menerusi Pameran Pop-Cons Two Man Show Exhibition, 2020	320
3.3.2.2.13	Izzal Khairi Ramli, 'Publicity . . .' (2020), Cat minyak, akrilik dan kolaj atas kanvas, saiz 91 cm x 153 cm setiap panel	321
3.3.2.3.1	Platform, aplikasi dan trend media sosial tahun 2020	322
3.3.2.3.2	Lakaran idea awal dan penambahbaikan dengan konsep poster 'wanted'	326
3.3.2.3.3	Cadangan format awal persembahan karya	327
3.3.2.3.4	Botol kecil yang digantung pada bahagian bawah setiap panel karya	328
3.3.2.3.5	Kemasan pada bingkai karya, pemegang pintu dan cermin bulat yang dikolaj	329
3.3.2.3.6	Rempah ratus pilihan yang diletakkan dalam botol kaca kecil	329
3.3.2.3.7	Cadangan awal rempah ratus pilihan	332
3.3.2.3.8	Aturan strategi kedudukan figura dalam ruang karya	333
3.3.2.3.9	Variasi ketinggian dan kedudukan botol rempah	334
3.3.2.3.10	Fasa 2: proposal format persembahan karya tiga	335
3.3.2.3.11	Cadangan format persembahan karya tiga menerusi Pameran Pop-Cons Two Man Show Exhibition, 2020	335
3.3.2.3.12	Izzal Khairi Ramli. 'Platform. . .' (2020). Media campuran, botol kaca dan tali, saiz 37 cm x 55 cm setiap panel	337
3.3.2.4.1	Peranan <i>influencer</i> media sosial dan propaganda digital	338



3.3.2.4.2	Artis, <i>instafamous</i> perlu tanggungjawab atas perkongsian sesuatu kandungan di media sosial	339
3.3.2.4.3	Inspirasi idea dari poster calon bebas Maimun binti Yusof dan simbol calon bebas	340
3.3.2.4.4	Gaya manipulasi digital imejan figura dengan skala hitam dan putih	342
3.3.2.4.5	Eksplorasi imejan, simbol dan kotak atas panel kayu	343
3.3.2.4.6	Unsur teks dan olahan spesifikasi warna pada kotak	344
3.3.2.4.7	Perincian huruf gabungan setiap karya dan teknik bahantara dari pemegang pintu almari	345
3.3.2.4.8	Paparan sisi bahagian kiri dan kanan karya	346
3.3.2.4.9	Fasa 1: proposal format persembahan karya empat	347
3.3.2.4.10	Izzal Khairi Ramli 'Positioning . . .', (2021). Media campuran, saiz 18 cm x 68.55 cm setiap panel	348
3.3.2.5.1	Empat jenis sifat personaliti dalam media sosial	349
3.3.2.5.2	Konsep musim bunga dan olahan konsep warna Sugu Pavitra	351
3.3.2.5.3	Konsep musim panas dan olahan konsep warna Tan Sri Dr Noor Hisham Abdullah	352
3.3.2.5.4	Konsep musim luruh dan olahan warna Allahyarham Abam Bocey	353
3.3.2.5.5	Konsep musim hujan dan olahan warna Ustaz Ebit Liew	354
3.3.2.5.6	Proses olahan catan dari subjek imej dan latar karya	357
3.3.2.5.7	Elemen kolaj teks perkataan yang wujud dalam karya	358
3.3.2.5.8	Variasi jenis, rupa, saiz dan warna imejan serangga dalam karya	360





3.3.2.5.9	Simbol ikon butang pada bahagian tengah setiap panel karya	361
3.3.2.5.10	Susunan konsep panel karya mengikut aturan musim	362
3.3.2.5.11	Fasa 2: proposal format persembahan karya lima	363
3.3.2.5.12	Cadangan format persembahan Karya lima Fasa 2 menerusi Pameran MAEF 2021, WTCKL.	364
3.3.2.5.13	Izzal Khairi Ramli. "Personality . . .", (2021), Cat minyak, akrilik dan kolaj atas kanvas, saiz 72.5 cm x 91 cm setiap panel	365
3.3.3.1	Kerangka konsep penyelidikan komponen tiga	366
3.3.3.1.1	Selebriti media sosial: jenama dan kluster pilihan	375
3.3.3.1.2	Selebriti tradisional pilihan dalam karya	377
3.3.3.1.3	Peranan kuasa netizen dari peminat atau pendirian pengkritik	377
3.3.3.1.4	Khaby Lame iaitu selebriti internet sensasi global	379
3.3.3.1.5	Selebriti internet pilihan dari orang awam atau biasa	379
3.3.3.1.6	Selebriti internet pilihan dari tokoh politik, agama dan nasional	381
3.3.3.1.7	Selebriti internet pilihan dari tokoh masyarakat umum bersama imejan 'The Beatles Abbey Road'	382
3.3.3.1.8	Bingkai kanvas dengan latar papan MDF	384
3.3.3.1.9	Penggunaan warna legap dan konsep warna latar setiap panel	385
3.3.3.1.10	Simbol imejan jam, papan damak dan petikan teks	386
3.3.3.1.11	Simbol butang kiri, kanan dan variasi warna figura khalayak	387



3.3.3.1.12	Simbol petikan label teks perhatian, ‘after’ dan ‘before’	388
3.3.3.1.13	Variasi rupa simbol formulasi dan partisipasi	389
3.3.3.1.14	Simbol perkataan pengaruh secara biasan terbalik	390
3.3.3.1.15	Tiga cadangan idea dan pilihan format persembahan akhir	392
3.3.3.1.16	Cadangan komposisi karya akhir bahagian pertama	393
3.3.3.1.17	Cadangan komposisi karya akhir bahagian kedua	394
3.3.3.1.18	Cadangan komposisi karya akhir bahagian ketiga	395
3.3.3.1.19	Cadangan komposisi karya akhir bahagian keempat	396
3.3.3.1.20	Cadangan komposisi karya akhir bahagian kelima	398
3.3.3.1.21	Pendekatan khusus dari bahagian proposal karya akhir	399
3.3.3.1.22	Proposal format persembahan keseluruhan karya akhir	400
3.3.3.1.23	Izzal Khairi Ramli. “Type & Tribe”, (2022). Media campuran atas kanvas, 81 cm x 114 cm setiap panel	401
3.3.3.1.24	Izzal Khairi Ramli. “Netizen Army & Enemy”, (2022). Media campuran atas kanvas, 81 cm x 114 cm setiap panel	402
3.3.3.1.25	Izzal Khairi Ramli. “Attention & Sensation”, (2022). Media campuran atas kanvas, 81 cm x 114 cm setiap panel	403
3.3.3.1.26	Izzal Khairi Ramli. “Familiar & Extraordinary”, (2022). Media campuran atas kanvas, 81 cm x 114 cm setiap panel	404
3.3.3.1.27	Izzal Khairi Ramli. “Influence & Followers”, (2022). Media campuran atas kanvas, 81 cm x 114 cm setiap panel	405

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Latar Belakang Kajian

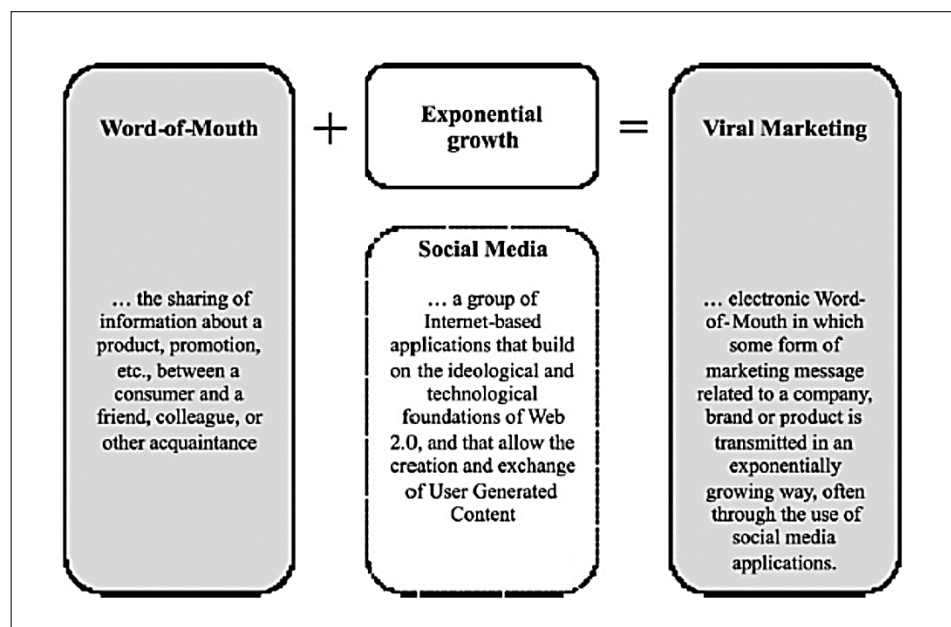
Kajian ini menyelidik norma sosiobudaya masyarakat menerusi platform media sosial terhadap isu dan trend fenomena viral melalui manifestasi karya seni yang mengadaptasi, memanipulasi dan merepresentasi imej, teks dan objek berdasarkan konsep metafora visual. Skop penyelidikan juga tertumpu kepada interpretasi unsur populariti figura awam viral menerusi penerokaan elemen figuratif dan jukstaposisi melalui format serta bentuk persembahan karya seni catan.

Hujahan idea ini dijalankan menerusi istilah '*Going Viral*' atau menjadi viral. Pernyataan ini berkait dengan fenomena internet menerusi status capaian kuantiti jumlah angka yang dilipatgandakan melalui perkongsian kualiti kandungan yang menarik perhatian umum di dalam media cetak mahupun media digital (West, 2011). Situasi fenomena viral atau dipanggil tular ini adalah datangnya dari kecenderungan manusia dalam membina jaringan sosial dalam talian dengan kecanggihan gajet,

kemudahan aplikasi mudah alih serta dominasi saluran media digital kini berbanding media arus perdana. Takrifan istilah viral boleh difahami merangkumi perkara yang melibatkan situasi viral dan virus biologi, pemasaran dan pengiklanan viral serta fenomena sosial menerusi peristiwa viral yang berlaku.

Sifat makna viral berasal dari pertimbangan kiasan kepada sifat penyebaran virus biologi dan mikrob seperti organisma halus, walaubagaimanapun penyelidikan sosial kini telah membina lebih banyak perbincangan komprehensif secara kompleks dalam mengambil kira tindakan sosial yang bergantung, bersesuaian kepada teori rangkaian media dan mikrososiologi (Pöyry, Laaksonen, Kekkonen & Pääkkönen, 2018). Walaubagaimanapun, terdapat perbezaan yang jelas dalam membandingkan terma viral yang wujud, pertamanya boleh dilihat dalam konteks bidang perubatan melalui mekanisme infeksi virus biologi yang tersendiri manakala keduanya pula adalah 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). Dalam pada itu, merujuk kepada kajian berkaitan fenomena viral, istilah *virality* juga adalah suatu perihal pertumbuhan pesat dan pola penggunaan produk yang hampir serupa dengan perkembangan virus biologi (Boppolige & Gurtoo, 2017). Oleh yang demikian, viral juga 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 sosial ini dengan kemajuan teknologi masakini.

Peradaban manusia akan sentiasa berevolusi melalui teknologi baharu khasnya berkenaan kemajuan jaringan komunikasi dalam rangkaian media massa dan media digital seperti media sosial atau aplikasi saluran media dalam talian. Justeru viral juga boleh dirungkai kepada impak kepesatan teknologi digital seperti internet yang membentuk paradigma komunikasi viral menerusi aktiviti promosi pemasaran produk, perkhidmatan atau syarikat melalui pemanfaatan konsep pengiklanan seperti sedia ada yang digelar “*word-of-mouth*” (WOM) atau dari mulut ke mulut (Welker, 2002). Kemudiannya diperbaharui kepada istilah *e-word-of-mouth* sebagai salah satu teknik pemasaran viral melalui amalan mendapatkan dan menarik perhatian yang lebih kepada pengguna dalam talian dipautan saluran media popular (Eaton, 2008). Sebagai contoh perkara ini boleh dirujuk menerusi rajah 1.1.1 di bawah berkaitan dengan pemasaran viral dan *word-of-mouth* serta platform media sosial.



Rajah 1.1.1. Pemasaran viral menerusi media sosial. Sumber: *Viral marketing goes social media* (2013)

Sementara itu konsep pengiklanan viral pula adalah merupakan suatu penyebaran platform rangkaian sosial yang memasuki era baru *peer-to-peer* atau rangkaian rakan sebaya yang mengedarkan kandungan iklan dalam talian serta memberi sumbangan kepada kandungan viral di platform digital (Himmelboim & Golan, 2019). Justeru, persoalan viral juga boleh ditafsirkan kepada makna menerusi sudut komunikasi viral, pemasaran viral dan pengiklanan viral yang kesemuanya mempunyai kesinambungan tentang strategi dan objektif yang serupa dalam menyebarkan penawaran produk, perkhidmatan atau organisasi bagi memperbanyakkan jumlah penerimaan dikalangan pengguna.

Viral juga boleh dirujuk menerusi fenomena sosial yang berlaku merangkumi sesuatu perkara yang pelik, humor, sensasi, mengujakan, fanatik, popular dan menarik perhatian masyarakat. Fenomena viral internet ini boleh dirujuk menerusi salah satu video viral pertama berjudul '*badday.mpg*' seperti rajah 1.1.2 di bawah yang disebarluaskan melalui email pada tahun 1997. Gambaran visual memaparkan aksi seorang lelaki yang kelihatan marah sambil menghayunkan papan kekunci ke arah skrin komputer sambil disaksikan oleh rakan sekerja yang turut berada di tempat kejadian (Veix, 2018).



Rajah 1.1.2. Salah satu video viral pertama di internet. Sumber: Veix (2018)



Menurut penjelasan dari Veix (2018) ketulenan video kini diragui atas penelitian menerusi perkakasan komputer yang tidak dipasang. Selain itu, lelaki berkenaan kemudiannya kelihatan tersenyum dalam membawa erti adakah video ini mewakili video viral pertama, video viral sepanjang zaman atau salah satu video penipuan internet yang pertama. Justeru penjelasan mudah bagi menjawab apa sebenarnya yang dikatakan video viral adalah apabila sesuatu video dapat meraih populariti atas perkongsian yang dicadangkan melalui konsep *word-of-mouth* dalam talian (France, Vaghefi & Zhao, 2016). 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 video di saluran internet.

Selain itu fenomena viral juga boleh dilihat pada kecenderungan penularan berasaskan informasi teks, petikan ungkapan atau perkataan atau berita yang dikongsi secara meluas di media sosial dan media arus perdana. Sifat kandungan berasaskan teks menerusi viral fenomena sosial ini secara tradisionalnya dilihat berdasarkan jumlah, skala metrik populariti, namun sebenarnya ia melibatkan variasi perkara yang lebih kompleks dari segi jumlah akses pengguna, jumlah penghargaan pengguna yang suka, jumlah penyebaran atas perkongsian pengguna, jumlah respon komen bersifat positif atau negatif, topik perbincangan hangat semasa serta unsur kontroversi yang memecahbelahkan suatu pihak yang terbabit (Guerini, Strapparava & Ozbal, 2011).



Situasi ini juga boleh dirujuk seperti informasi berita viral yang tersebar di platform media sosial atas perkara yang positif, mempunyai kepentingan sosial dan juga elemen yang tidak dijangka (Al-Rawi, 2019). Sementara itu berita palsu juga salah satu kriteria viral yang boleh dirujuk pada dimensi kenyataan dan penipuan tipologi jenis berita satira, parodi, rekaan semata-mata, manipulasi, iklan dan propaganda (Tandoc Jr, Lim & Ling, 2017). Dalam pada itu, antara ciri viral yang lain adalah menerusi konsep *hashtag* twitter yang digunakan atas pelbagai tujuan meliputi krisis dan peristiwa berita terkini dan kemampuan memudahkan penciptaan dan penerbitan atas tujuan tertentu selain topik yang menjadi sohor kini dikalangan komuniti pengguna (Bruns, Moon, Paul & Münch, 2016).

Lazimnya *hashtag* atau tanda pagar seperti rajah 1.1.3 adalah hantaran media sosial yang berkaitan dengan catatan topik yang mewakili pendapat, peristiwa, tugasan, matlamat, misi atau gerakan yang memudahkan carian sifat yang serupa di platform seperti Twitter, Facebook mengikut kronologi atau mengikut populariti seperti Instagram (Drewett, 2021).



Rajah 1.1.3. Apakah itu tanda pagar? sebab dan cara menggunakannya dengan yakin.
Sumber: Drewett (2021)



Strategi *hashtag* viral ini adalah bagi meningkatkan tumpuan dan simbolik maklumat tentang pergerakan sosial semasa dan popular yang memainkan peranan yang berbeza bergantung kepada kitaran corak pergerakan yang berbeza (Wang, Liu & Gao, 2016). Justeru, menerusi fenomena sosial dari elemen teks ini adalah dirungkaikan menerusi dominasi kandungan viral yang cenderung kepada unsur tipografi seperti topik sohor kini, hantaran status, slogan atau tanda pagar dan berita viral, berita palsu atau *hoax*.

Seterusnya fenomena viral juga boleh ditinjau menerusi perspektif penularan klip audio yang tersebar di rangkaian media sosial atas sesuatu perkara tertentu yang menarik perhatian masyarakat umum atas keberadaanya di ruang maya. Individu yang memuat naik bahan ini dan menyebarkan perkongsian ini mungkin dilihat mempunyai motif, kepentingan dan agenda tersendiri. Selain itu ia juga bergantung kepada isu yang berkaitan dengannya yang boleh merangkumi perihal politik, nasional, sosial, budaya, organisasi, kumpulan, keluarga atau individu. Menurut pandangan Al-Zaman (2021) dalam kajian tentang berita palsu di media sosial yang berkaitan dengan Covid-19, kandungan berita palsu boleh dikategorikan menerusi teks, foto, audio, video, teks dan foto, teks dan video serta teks dan foto dan video, namun kebanyakannya lebih berbentuk teks dan video. Jelasnya di sini unsur viral menerusi klip audio itu wujud namun mungkin tidak ketara berbanding dengan dominasi bentuk format yang lain.

Seperti format lain yang mempunyai platform untuk berkembang pesat, konsep digital audio ini juga mempunyai rangkaian yang tersendiri. Misalnya menerusi *podcast* iaitu siri episod fail audio digital yang boleh dimuat turun dan didengar oleh pengguna seperti rancangan “TED Radio Hour” dan rancangan viral seperti “Serial” yang



dilancarkan *podcasting* telah menjadi budaya popular di kalangan khalayak internet (Interactive Advertising Bureau, 2017). Bagaimana *podcast* menjadi viral adalah dirujuk kepada peranan media sosial dalam meneroka implikasi pendengaran sosial yang berfungsi sebagai penambah cerita pada tema *podcast* seperti rajah 1.1.4 di bawah menerusi elemen visual dari pengalaman audio di kalangan variasi pendengar dan berkait juga dengan individu berpengaruh yang memberi saranan hingga meningkatkan capaian jutaan orang diseluruh dunia (Richard, 2017).



Rajah 1.1.4. Rangkaian tema dalam *podcast*. Sumber: Richard (2017)

Situasi ini boleh dilihat pada awal kemunculan pandemik Covid-19 menerusi platform *podcast* menjadi viral secara tiba-tiba dengan memperoleh ribuan pendengar baru dari segenap lapisan masyarakat yang berkehendakkan laporan, jawapan secara ilmiah dan saintifik atau bersifat peribadi kepada isu virus corona yang melanda selain merasakan ia adalah satu pendekatan terapeutik bagi memperoleh ketenangan atas perkara berkenaanya (Gigerenzer, 2020). Audio pendek seperti 'voice notes' berdurasi kurang dari 90 saat menjadi trend rangkaian sosial seterusnya apabila aplikasi audio sosial langsung ini mula berintegrasi memasuki platform popular lain (Carman, 2021).



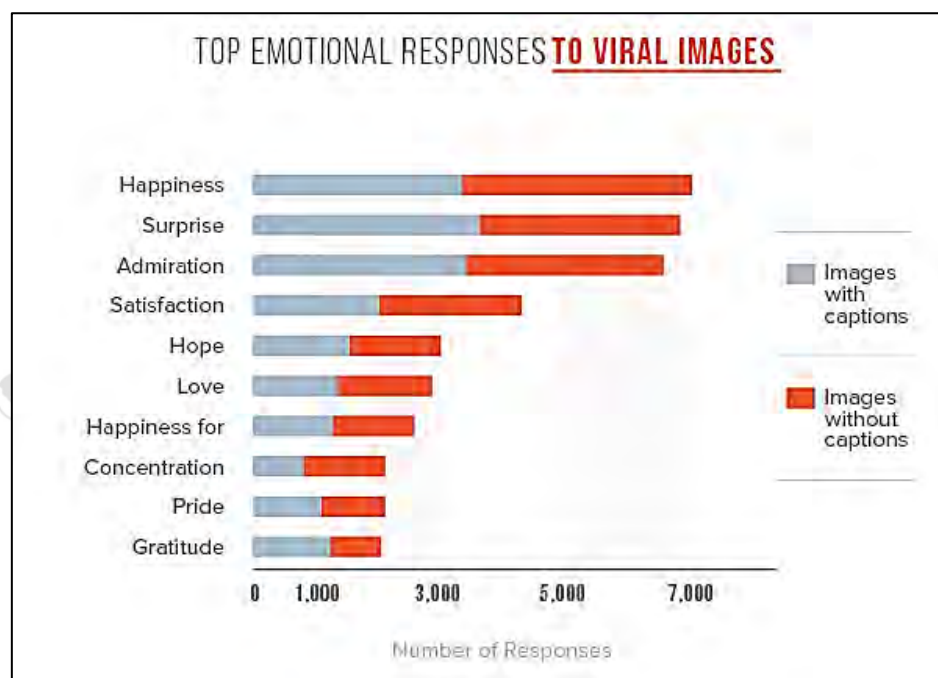
Justeru semuanya bergantung kepada kehendak dan keperluan pengguna di media sosial dalam mengoptimumkan budaya kehidupan sosial mereka seharian yang lebih terdorong menerusi format yang lebih menyerlah akan nilai kepentingannya pada semua pihak yang terbabit.

Selanjutnya, fenomena sosial ini dibincangkan pada perkara yang berkaitan objek, gambar atau imej yang menjadi viral atas peristiwa yang terkait atasnya dalam perkongsian format ini di rangkaian media sosial. Banyak faktor yang membuatkan kandungan viral dalam konteks ini dikaji melalui bidang pemasaran seperti durasi masa khusus dalam waktu sehari dan hari kejadian dalam waktu seminggu semasa gambar dimuat naik, tajuk yang digunakan bersama gambar dan faktor lain yang mempengaruhi sama ada gambar itu menjadi viral atau tidak adalah bergantung kepada kandungan gambar itu sendiri (Deza & Parikh, 2015).

Dari perspektif lain berkenaan dengan imej yang viral juga adakalanya melibatkan perkara yang tidak dijangka menjadi popular dan tersebar secara cepat dan meluas yang boleh merangkumi sumber alam dan persekitarannya seperti fenomena internet *meme* yang seringkali dikongsi oleh pengguna media sosial. Kandungan format popular *meme* seringkali ditampilkan dengan dominasi bentuk gambar dan fotografi, mempunyai watak karakter dari komik serta tujuan fungsinya adalah sebagai hiburan (Milosavljevic, 2020). Penampilan imej dalam konsep *meme* lebih cenderung menggunakan skala jarak dekat, mengandungi watak karakter dan merangkumi emosi positif atau negatif serta mewakili gambar yang melibatkan dengan pemandangan, hidupan, haiwan dan juga potret manusia (Ling et al., 2021)



Selain itu, menurut kajian daripada Lehr (2016) tentang apa yang membuatkan kandungan visual itu menjadi viral adalah menerusi gambar viral yang mempunyai tahap ideal tertentu oleh kecenderungan tindak balas emosi yang positif. Walaubagaimanapun emosi yang negatif juga masih dapat menghasilkan perkongsian yang meluas dan banyak. Perkara ini boleh dirujuk pada kriteria emosi seperti rajah 1.1.5 di bawah.



Rajah 1.1.5. Carta 10 emosi teratas untuk imej viral. Sumber: Lehr (2016)

Takrifnya, viral di media sosial ini boleh diklasifikasikan kepada setiap status, gambar, foto, video dan segala informasi atau seumpamanya yang tersebar secara pantas dan meluas (Hakam & Prabowo, 2018). Tinjauan latar ini menjustifikasikan bahawa sesuatu perkara yang menjadi viral mempunyai klasifikasi jumlah tempoh masa dan suatu peredaran jangka hayat. Ianya boleh melibatkan situasi masa kini ataupun yang telah lepas atas faktor-faktor yang lebih kompleks. Menurut kajian daripada



Denisova (2020) tidak kesemua perkara yang tersebar menjadi viral seperti kempen *hashtag* dan aliran *like* pada kalangan selebriti dan *influencer* dalam hantaran status dalam talian mereka yang adakalanya tidak mendorong terjadinya viral, sebaliknya penyebaran informasi media tertentu yang merangkumi video, teks, *tweet*, audio suara, objek diklasifikasikan sebagai viral apabila mendapat banyak perhatian dalam jumlah waktu yang dilihat tidak mempunyai kepentingan khusus.

Walaubagaimanapun menerusi kajian ini peredaran tempoh dan durasi masa dan ketika adalah sebagai menjadi perakam waktu, masa, ketika dan di mana isu fenomena viral ini berlaku. Hal ini terdorong oleh peranan media sosial dalam mengemaskini suatu perkara terkini atau mengimbas kembali sesuatu perkara lepas yang sekaligus bagi menarik perhatian khalayak umum untuk berkongsi semula hal yang sama. Dalam pada itu, fenomena viral yang berlaku pada peringkat global seringkali menular dalam konteks situasi lokal, namun ada juga perkara yang sebaliknya atas sesuatu kejadian. Justeru peristiwa viral ini boleh berlaku di mana-mana sahaja, dalam bentuk dan variasi format, pada subjek dan objek tertentu serta pada tempoh masa dan ketika kejadian dengan platform media popular kini. Cetusan idea yang disarankan dari latar belakang kajian menjadi dokongan utama penyelidikan yang diteruskan dengan tinjauan hujahan utama mengenai fenomena sosial dan peranan platform media sosial terhadap fenomena viral yang berlaku dalam konteks Malaysia.





1.1.1 Media Sosial dan Fenomena Viral: Konteks Malaysia

Dewasa ini, apa sahaja yang popular, mempunyai elemen sensasi 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, khususnya kepada masyarakat yang bijak dalam mengambil peluang dan mengatur strategi (Halim, Zakirah, Azmi & Marni, 2019). Menurut Supyan Hussin dalam Mohamad Hasnur (2017), tafsiran perkataan viral ini adakalanya merujuk kepada suatu perkembangan negatif dalam kondisi kesihatan, berbanding peranannya dalam mengupas isu sensasi di media sosial yang membawa impak positif dan juga negatif yang menjadi polemik dalam masyarakat.



sebagai suatu perdebatan yang panjang mengenai sesuatu isu yang mempunyai elemen kontroversi. Dominasi media digital internet khasnya 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).

Terdahulu fenomena video viral di Malaysia boleh dirujuk menerusi personaliti figura bernama Cikgu Shida yang menggunakan saluran You Tube bagi menterjemahkan aksi luar biasa menerusi klip video parodi dan *miming* sekaligus mendapat perhatian masyarakat atas gaya penyampaian yang bersahaja. Menurut



pandangan Saad (2021) klip video viral beliau yang menjadi tular dalam negara pada sekitar tahun 2011 dengan gelagat variasi persembahan yang menghiburkan dengan elemen humor seperti memberi gambaran situasi masa kini terhadap golongan pendidik seperti penampilan Cikgu Ku yang mengambil inisiatif idea yang serupa. Namun dengan kemudahan platform media sosial yang terkini beliau mengajar dalam talian melalui wajah dan watak nenek kebayan bagi menarik perhatian pelajar baru seperti digambarkan pada rajah 1.1.1.1 di bawah.



Rajah 1.1.1.1. Video kreatif cikgu Shida dan cikgu ku Langkawi. Sumber: Saad (2021)

Seterusnya dalam konteks informasi berita viral berasaskan teks pula boleh dilihat menerusi penyebaran berita palsu secara meluas dalam negara. Penyebaran berita palsu ini bukanlah suatu fenomena baru. Namun secara lebih jelas dengan keadaan negara berdepan dengan isu pandemik kini amalan ini boleh memberi impak negatif pada minda masyarakat, mudah panik serta cepat menyalahkan orang lain berdasarkan andaian dari maklumat yang tidak tepat berbanding berita asli dari sumber yang sahih (Nor, 2020).

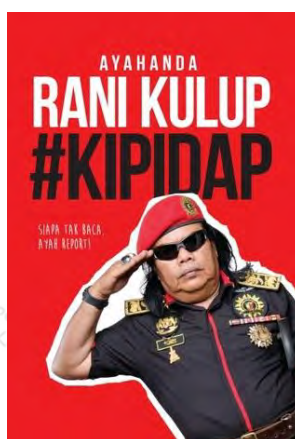
Menurut Ketua Pengarah Kesihatan, Datuk Dr Noor Hisham dalam Muhamad (2020) penyebaran berita palsu seperti rajah 1.1.1.2 di bawah itu lebih cepat tersebar berbanding dengan virus Covid-19 itu sendiri. Justeru portal sebenarnya.my yang dibangunkan oleh pihak kerajaan persekutuan adalah satu pendekatan terbaik dalam menangani gejala penularan berita palsu serta menjadi pusat sehati bagi rakyat Malaysia menyemak kesahihannya sebelum membuat perkongsian di laman media sosial (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia).



Rajah 1.1.1.2. Berita palsu lebih cepat tersebar berbanding virus Covid19. Sumber: Muhamad (2020)

Permasalahan fenomena sosial seperti virus berita viral khasnya berita palsu di media sosial ini sebenarnya mempunyai resolusi jika masyarakat dapat memahami apa yang menyebabkan dan menyumbang sesuatu perkara itu menjadi viral khususnya dalam menentukan baik atau buruk 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). Kesannya, jika tak dibendung ia akan senantiasa menular, merebak dan berjangkit seterusnya menjadi wabak dalam masyarakat seperti terjadinya fenomena viral di media sosial kini.

Dalam konteks lain fenomena viral di Malaysia juga boleh ditinjau menerusi petikan ayat kontemporari melalui ungkapan, slogan atau *tagline*, *hantaran* status yang viral dan sohor kini di media sosial atas kapasiti individu, kumpulan sosial, organisasi syarikat atau mencerminkan sifat nasional. Misalnya *tagline* viral ‘Kipidap Dongibab’ seperti rajah 1.1.1.3 di bawah oleh aktivis masyarakat yang popular iaitu Abdul Rani Kulup (Jefri, 2016) mendapat publisiti yang meluas di laman media sosial serta terkenal dengan imej beret merah, kemeja seragam hitam dan seringkali tampil dengan berkaca mata hitam (Zainal, 2016).



Rajah 1.1.1.3. Buku bertajuk #Kipidap oleh aktivis Abdul Rani Kulup. Sumber: Kulup (2015)

Selain itu slogan yang mewakili penjenamaan produk dan organisasi juga boleh dilihat menerusi slogan viral seperti ‘Terlajak Laris’ dan ‘Qu Puteh Barulah Puteh’. Fenomena gimik iklan dari slogan terlajak laris adalah suatu langkah promosi oleh Datuk Aliff Syukri walaupun mungkin menjengkelkan bagi sesetengah pihak (Azam, 2016) sebaliknya *tagline* itulah yang menaikkan populariti nama dan produknya (Ismail, 2015). *Tagline* ‘Qu Puteh barulah Puteh’ yang digayakan sendiri oleh pengasas produk kecantikan iaitu Datuk Seri Vida sambil menyentuh pipi dengan jari menjadi sensasi di media sosial walaupun dikecam, dipersendakan atau dipuji ia tetap suatu



bentuk publisiti yang terbaik buat produk berkenaan (Mohamad, 2015). Semua ayat pendek atau ringkasan ungkapan viral ini adalah berdasarkan kecenderungan ciapan dan pautan isu semasa yang terkait pada suatu tempoh dan ketikanya ia menjadi popular.

Seterusnya, jika ditinjau fenomena viral yang berkaitan dengan format rakaman klip audio atau nota suara yang tular di media sosial adalah lebih terkait dengan perkara yang agak sensitif merangkumi kemelut hal politik, nasional, jenayah atau hal keperibadian individu atau keluarga yang berpengaruh. Misalnya dari kemunculan klip audio yang tular tentang perbualan yang didakwa mirip suara Presiden Umno telah mewujudkan perbezaan pandangan dalam parti tersebut (Noh, 2021). Rakaman audio yang viral melibatkan hal yang berkaitan tokoh politik atau tokoh masyarakat ini mendorong oleh motif sebenar dan agenda tertentu oleh individu yang merakam, menyebar atau memuat naik dalam talian internet khasnya platform media sosial.

Selain itu dalam situasi pandemik ini juga, tersebar klip audio tular yang dikaitkan dengan Pakar Kesihatan Datuk Dr Musa Mohd Nordin tentang ramalan kes covid yang boleh meningkat akibat aktiviti ziarah musim perayaan, namun wakil beliau telah menafikannya klip suara tersebut bukanlah milik beliau serta tidak pernah membuat sebarang kenyataan menerusinya (Malaysia Dateline, 2021). Perkara yang menimbulkan kegelisahan awam ini juga boleh dikaitkan dengan satu rakaman audio tular dari seorang individu yang tidak dikenali, menggelarkan diri 'makteh' yang mendakwa 40 orang jururawat dan staf hospital telah meninggal dunia selepas divaksin serta menyarankan penerima vaksin agar meminum air kelapa bertujuan membersihkan daripada 'racun' (Bakar, 2021).





Dalam pada itu, terdapat juga sebuah rakaman audio sedih dengan latar belakang audio yang menyayat hati berdurasi dua minit 20 saat telah tular di media sosial melibatkan perbualan seorang doktor dari sebuah hospital bagi memaklumkan berita kematian isteri kepada seorang lelaki bernama Shahrizal yang disahkan meninggal akibat penyakit covid-19 (Husin, 2021). Sementara itu rakaman *voice note* yang melibatkan perbualan bersama doktor yang merawat Allahyarham Siti Sarah isteri kepada selebriti tempatan iaitu Shuib juga telah tular di media sosial, justeru beliau memohon masyarakat untuk berhenti membuat perkongsiaan dan memadam audio berkenaan pada mana-mana platform media sosial yang ada (Mohamed, 2021).

Ringkasnya, fenomena viral dalam konteks klip audio juga mempunyai platformnya yang tersendiri terdahulunya melalui rangkaian siaran stesen radio tempatan yang sedia ada. Kemunculan *podcast* pula iaitu siaran media digital internet bercirikan klip audio yang mempunyai episod atau bahagian siri yang boleh dimuat turun oleh pengguna. Jelasnya sifat audio ini hanyalah salah bentuk yang ada dalam fenomena viral, untuk diklasifikasikan menjadi viral adalah dirujuk pada penjelasan tentang situasi dan keadaannya seperti format lain apabila sesuatu perkara diberi perhatian, dikongsi secara meluas dan cepat oleh masyarakat umum di platform media sosial.

Selanjutnya, fenomena sosial ini dilihat menerusi objek benda, imej atau yang viral atas pendekatan serupa namun lebih kepada kupasan isu objek itu sendiri yang kemudiannya dianalogikan dalam konteks yang sama atau berbeza oleh masyarakat. Antara gambar yang seringkali menjadi viral adalah berkenaan isu label tidak halal pada produk kuaci oleh suatu jenama di pasaraya. Isu pada produk kacang keluaran syarikat



tempatan telah disahkan oleh Jakim sebagai tular berulang kerana telah viral pada tahun 2016 yang mengundang keresahan, kebimbangan dan salah faham pengguna (Noor, 2020). Perkara yang viral berkaitan isu halal dan haram ini juga pernah berlaku kepada jenama produk lain seumpamanya. Namun disebabkan isu ini adalah melibatkan hukum hakam agama yang menyebabkan masyarakat lebih berhati-hati tidak merasa sangsi atau waswas kepada produk berkenaan.

Objek seperti roti putih Gardenia seperti rajah 1.1.1.4 di bawah juga pernah menjadi tular atas isu kehabisan stok bekalan dipasaran atas situasi pembelian panik oleh masyarakat pada awal musim Perintah Kawalan Pergerakan, tetapi yang sebenar adalah berpunca dari permintaan tinggi disebabkan pengguna membeli melebihi tahap keperluan semasa harian (Shawn, 2020). Gara-gara isu berkenaan, terdapat rungutan orang ramai mengenai kesukaran mendapatkan bekalan roti apabila terpaksa menunggu awal di kedai serbaneka, tidak kurang juga yang pulang hampa apabila sudah habis disebabkan ramai yang serbu membeli pada waktu yang sama namun lebih mendukacitakan apabila terdapat beberapa buku roti yang tidak terusik telah dibuang ke dalam tong sampah akibat tamat tempoh (Kassim, 2020).



Rajah 1.1.1.4. Viral roti Gardenia kehabisan stok. Sumber: Shawn (2020)

Oleh yang demikian, antara gagasan idea utama 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. Penjelasan selanjutnya adalah berkenaan soal perincian pernyataan masalah yang menjadi keutamaan dalam penyelidikan ini. Eklorasi kajian studio dan praktis ini diterjemah melalui pendekatan metafora visual dalam merepresentasikan anatomi karya serta intipati tema dalam menjustifikasikan komponen utama penyelidikan. Impak fenomena viral ini merangkumi konsep interaksi manusia terhadap teknologi media baharu dan refleksi dari peradaban budaya tingkah laku terhadapnya, khasnya dalam konteks masyarakat global atau lokal.

Merujuk kepada tinjauan latar belakang kajian yang dikemukakan sebelumnya, adalah difahami bahawa viral ini boleh takrifkan menerusi makna yang merangkumi; 1) penularan jangkitan virus biologi; 2) teknik pemasaran dan pengiklanan viral dan 3) fenomena sosial internet atau *virality*. Justeru penampilan isu kajian ditumpukan kepada sifat asas *virality* yang mewakili kecenderungan format seperti klip video, informasi teks, klip audio atau nota suara dan objek, imej atau gambar yang dijelaskan dalam konteks global atau lokal. Walaubagaimanapun sifat format ini mempunyai hanya sebagai asas sahaja untuk diklasifikasikan menerusi pecahan media yang ada. Ini adalah kerana terdapat transisi antara format yang mungkin bergabung antara satu sama lain atas situasi isu viral yang berlaku. Sehubungan itu, hujahan utama tentang asas fenomena viral ini menjadi sandaran kepada fokus penyelidikan seterusnya yang lebih terarah kepada penampilan manusia sebagai subjek figura atau individu viral di internet yang mempunyai kesinambungan dari sifat *virality* yang wujud menerusinya.



1.2 Isu dan Masalah Kajian

Masalah yang sering dibahaskan sejak akhir-akhir ini adalah berkenaan polemik isu viral yang melanda masyarakat terutamanya berkait tentang perkara yang mencuri, menarik, mendapat dan meraih perhatian khalayak pengguna internet khususnya. Senario ini senantiasia menjadi polemik pada kalangan masyarakat umum khususnya pengguna maya di media sosial. Media sosial seharusnya menjadi satu platform baharu bagi warga alam maya berkomunikasi soal kebersamaan tanpa batasan atas kemudahan rangkaian internet, bukannya wadah untuk menjadi hero viral (Hussin, 2020).

Penyelidikan ini akan mengupas tentang isu fenomena viral sebagai suatu paradigma komunikasi manusia masa kini yang membentuk satu kuasa instrumentasi media massa dan media digital serta memberi implikasi pada masyarakat. Fenomena viral atau kini dikenali sebagai tular adalah sebahagian trend semasa yang menular disebabkan faktor tingkah laku di kalangan masyarakat yang menimbulkan sensasi, provokasi yang membawa persepsi dan penerimaan ke arah positif dan negatif. Konklusinya, agen viral adalah satu entiti kecil yang boleh berlaku secara verbal dan visual ataupun sebalik bergantung kepada tujuan dan kaedah ia ditularkan. Permasalahan yang dikenalpasti adalah berkenaan kewujudan personaliti dan karakter figura viral atas nilai konsep propaganda verbal dan visual dalam masyarakat yang berkesinambungan dari perkara pokok di atas.

Sebahagian besar masyarakat kini gemar mencipta publisiti, sensasi dan adakalanya bersifat anomali dalam menarik perhatian masyarakat. Istilah anomali ialah orang yang menyimpang daripada norma kebiasaan. Justeru ramai personaliti



internet yang wujud melalui fenomenologi ini menjadi popular, berjaya, dikenali, sehinggakan ada yang menjadi ‘Personaliti Awam’ dalam masa yang singkat. Penyelidikan karya ini adalah respon dari kewujudan personaliti figura awam yang popular dan menjadi viral yang menempatkan diri dalam masyarakat melalui pendekatan yang positif mahupun negatif. Fenomena ini boleh berlaku secara sedar ataupun sebaliknya melalui penerimaan dan penolakan masyarakat menerusi refleksi tingkah laku manusia atas ledakan arus teknologi media baharu.

Dalam konteks global, fenomena viral melalui video klip ‘gangnam style’ pada tahun 2012 antara perintis konsep penonjolan personaliti figura awam yang menjadi viral atas keanehan dan kelainan kandungan video yang menjadi perhatian ramai. Personaliti bernama Psy yang merupakan penyanyi Korea telah mencorakkan aspek baru dalam kontek populariti anomali dan karakternya telah mendominasi industri kreatif dalam bentuk penerimaan dan penolakan dari masyarakat setempat atau sejagat ketika itu. Selain itu, Daimaou Kosaka yang merupakan pelawak komedi dari Jepun yang dikenali sebagai Pikataro juga telah viral dalam klip video ‘PPAP Pen-Pineapple-Apple-Pen’ pada tahun 2016.

Nusret Gokce pula adalah warganegara Turki yang dikenali dengan nama Salt Bae. Beliau juga menjadi personaliti viral dalam bidang masakan yang popular pada aksinya yang viral pada tahun 2017 melalui video “Ottoman Steak” yang memotong daging dan cara ‘aksi’ beliau meletakkan garam pada masakan yang menjadi ikutan. Pada tahun 2017 juga, Silvia Nanda atau Upiak Isil yang berasal dari Padang, Indonesia ini telah viral atas klip video yang berjudul Tak Tun Tuang. Klip ini juga menarik perhatian masyarakat atas penampilan dalam bahasa minang dan cara penyampaian.



Kesimpulannya, tumpuan penyelidikan ini adalah bersandarkan hujahan interpretasi konsep populariti individu viral dalam konteks lokal yang menjadi perhatian khalayak atas pencapaiannya. Selain itu, pendekatan metafora visual menjadi keutamaan dalam merepresentasikan subjek, objek, figura, figuratif dan propaganda sebagai asas komponen utama penyelidikan. Konklusinya, dalam memberi maklum balas dan respon melalui karya seni juga harus diadaptasi mengikut lunas dan terma yang bersifat neutral. Justeru, gagasan idea ini merupakan suatu respons reaksi sebagai penyelidik dan pengkarya dalam memberikan kritikan sosial menerusi karya seni catan.

1.3 Objektif Kajian



Matlamat penyelidikan ini adalah untuk menghasilkan hujahan penjelasan utama menerusi fakta, teori dan analisis keperluan penyelidikan berlandaskan isu viral atau fenomena sosial internet semasa melalui pendekatan kajian studio seni halus. Antara objektif kajian ini merangkumi konteks fundamental seperti berikut;

1. Mengadaptasi tema fenomena viral menerusi eksposisi metafora visual subjek dan objek berlandaskan platform media sosial melalui karya seni catan.
2. Meneroka interpretasi terhadap konsep populariti menerusi elemen figuratif dan jukstaposisi visual figura awam viral melalui karya seni catan.
3. Mengolah semula secara sintesis karya menerusi justifikasi propaganda bentuk dan makna yang diadaptasi menerusi persoalan tentang selebriti internet.





1.4 Persoalan Kajian

1. Bagaimanakah normatif fenomenologi viral dapat dihujah berlandaskan platform media sosial melalui karya seni catan?
2. Bagaimanakah kriteria individu viral ini diterjemahkan menerusi konsep populariti dalam mengemukakan perkaitannya tentang figura dan figuratif?
3. Bagaimanakah polemik isu viral ini dirasionalkan menerusi eksposisi karya penyelidikan akhir sebagai konsep propaganda verbal dan visual?

1.5 Garis Panduan Projek



Projek penyelidikan ini dilaksanakan mengikut prosedur dialektik visual sebagai garis panduan yang distrukturkan bagi menterjemahkan komponen isu pada setiap eksposisi siri karya. Dialektik boleh ditafsirkan sebagai seni atau amalan bagi menilai kebenaran suatu teori atau pendapat secara perbincangan dan perdebatan (Dewan Bahasa dan Pustaka, 2005). Sehubungan itu, pendekatan ini adalah berlandaskan identifikasi fenomena viral di platform media sosial melalui dimensi dan elemen viral yang dipersembahkan menerusi adaptasi transisi sifat subjek dan objek imejan. Produksi komponen karya ini juga melibatkan refleksi idea tentang figura awam yang menjurus kepada hujahan interpretasi konsep populariti. Kupasan ini dirungkai mengikut simbol individual atas situasi profil atau profesion dalam merepresentasikan unsur persoalan figura dan figuratif. Hasil rangkuman koleksi karya penyelidikan studio ini juga menjadi sandaran alternatif dalam perincian metafora visual bentuk dan makna.



Justifikasi seterusnya adalah berkaitan dengan propaganda visual dan verbal yang wujud atas prinsip dan polemik isu semasa melalui konotasi terma selebriti internet.

Pendekatan heuristik dalam konteks metodologi dan proses pembangunan karya seni catan ini dijalankan menerusi kupasan perancangan idea melalui kandungan dialektik visual yang berkaitan dengan komponen utama penyelidikan. Kaedah asas ini merangkumi langkah dan hujahan pendekatan dimulai dengan persoalan tentang deskripsi pemilihan subjek dan objek yang bersesuaian bersama penampilan isu dan tema penyelidikan. Huraian ini dilihat sebagai suatu keperluan dalam mewujudkan naratif konotasi imejan yang disepadankan dengan petunjuk bagi pernyataan isu dan konsep idea utama dalam setiap fasa penyelidikan. Olahan interpretasi imejan telah diadaptasi dari variasi unsur alam, flora dan fauna, objek benda dan juga dominasi gambaran figura manusia terutamanya pada bahagian penghasilan karya di fasa kedua dan ketiga. Pendekatan peringkat ini juga melibatkan proses pengubahsuaian sifat asal imejan, manipulasi konsep warna secara digital dari fotografi, penggunaan perisian grafik seperti Adobe Photoshop dan Illustrator, perisian grafik mudah alih dari Play Store dan juga secara atas talian seperti Pixlr X.com. Walaubagaimanapun lakaran manual seperti lukisan analitikal dan ilustrasi asas juga dijalankan seperti yang terkandung dalam dokumentasi proposal karya. Proses gubahan manipulasi digital, cetak dan lukis ini secara kreatifnya dilakukan mengikut kesesuaian dan keperluan khusus pada setiap karya penyelidikan.

Langkah seterusnya dilihat dalam konteks eksplorasi penggunaan bahantara tambahan yang memberi nilai tambah pada sifat karya selain impak dari media dan medium karya seni catan secara kelazimannya. Justeru karya berteraskan konsep dua



dimensional telah menggunakan bahan seperti kanvas, papan lapis, kertas, jaring plastik dan kayu *pallet pine* sebagai variasi kepada medium persembahan catan. Media yang digunakan termasuk cat minyak, cat air, cat akrilik, cat aluminium, pensil dan pen mengikut kesesuaian subjek dan latar belakang karya. Teknik kolaj juga menjadi sebahagian dari bahantara kebanyakan karya dengan proses gam dan camtuman bahan seperti huruf tiga dimensi, papan kayu bulat dan segi tiga, gelung kayu, pelekat, kristal bulat, cermin dan kotak kayu. Bahantara tambahan pada setiap karya diambil dari konsep fungsi asalnya namun diletakkan pada bahagian tertentu mengikut hujahan pernyataan karya seperti pemegang pintu dan almari, pemegang pot atau periuk, tombol kayu, engsel pintu dan kotak, roda bulat, benang dan botol yang mengandungi rempah ratus dan penyangkut besi. Secara khususnya, pemilihan bahantara dan teknik penyampaian ini dirungkai menerusi aspek spesifikasi sifat setiap panel karya terhadap isu termasuk pada kemasan karya dengan elemen bingkai berwarna putih, hitam dan emas.

Bahagian seterusnya berkait rapat dengan pengisian makna yang tersurat dan tersirat dalam merepresentasi fenomena viral, meneroka interpretasi figura awam dan mengolah semula bagi merakam kesinambungan konsep selebriti internet sebagai hujahan identifikasi tanda dan metafora visual dan verbal dalam konteks propaganda semasa. Justeru adaptasi unsur perlambangan ideologi ini digarap menerusi perspektif bentuk dan makna berdasarkan fakta teori dan bukti visual yang diterjemahkan menerusi karya. Perkara ini diwakili dengan tafsiran seperti; 1) konsep imejan dalam konteks realiti dan fantasi seperti king kong dan gorilla; 2) konsep imej cap jenama dan berita dari mulut menerusi visual potret separuh muka; 3) kad imbas dari konsep buah tangan dan hak milik; 4) simbol virus menerusi unggas dan organisma kecil; 5) konsep



ganjaran seperti '*play button*' dari You Tube; 6) konsep lembaran fail atas potret dan pernyataan; 7) konsep label S.O.S visual separuh figura; 8) Konsep poster hebahan dan santapan rohani dari unsur rempah ratus; 9) Adaptasi konsep pilihanraya dan peti undian; 10) simbol empat musim, serangga dan ikon butang dan 11 hingga 15) manifestasi konsep '*cinematic poster*' yang membawa konotasi sifat polemik isu semasa yang wujud.

Selain itu elemen konsep warna pada imej dan latar juga diolah mengikut kesesuaian tema dan kepentingan isu melalui warna imejan hitam putih dan kelabu, warna berunsurkan retro klasik, warna monokromatik dan harmoni serta rangkaian warna kontras, panas dan sejuk. Jelasnya, keseluruhan karya penyelidikan ini melibatkan penggunaan unsur tipografi dari label petikan ayat, teks dan label yang diketengahkan dalam karya mengikut perincian dimensi setiap panel. Kombinasi dari konsep isu karya, pernyataan elemen warna dan unsur tipografi dalam karya adalah dikupas mengikut keutamaan dan peredaran isu dari komponen utama penyelidikan.

Selanjutnya adalah interpretasi komposisi dan penetapan olahan dalam setiap panel karya dan kombinasi secara keseluruhannya. Asasnya perkara ini melibatkan kupasan tafsiran aturan ruang dalam dimensi perletakan imej, teks, figura dan latar belakang karya serta struktur susun atur persembahan panel karya. Justeru olahan komposisi digarap melalui konsep '*ambiguous*' atau rupa kabur, imbalan simetri, unsur pengulangan, pantulan dan rentak, variasi saiz dan skala imejan yang diletakkan pada ruang hadapan, tengah dan belakang panel karya. Rasionalnya, karya penyelidikan fasa pertama dan kedua ini melibatkan konsep '*polyptych*' yang merujuk kepada panel catan yang terbahagi kepada beberapa bahagian yang bergantung kepada variasi jumlah

bahagian yang mewakili satu persembahan karya sahaja. Manakala persembahan bagi panel karya akhir pada fasa ketiga pula adalah melibatkan persembahan satu siri panel karya bagi mewakili kesemua isu karya sebelumnya.

Pendekatan bahagian akhir ini ditakrifkan tentang justifikasi stail dan proses merangkumi persoalan kewajaran tentang gaya penampilan dan pendekatan khusus dalam merepresentasikan signifikan dari nilai progresif karya. Oleh yang demikian, bahagian ini adalah merujuk kembali kepada perincian koleksi data visual informatif dari dokumentasi proses kreatif dalam proposal karya dan format persembahan karya. Seterusnya melibatkan cadangan karya menerusi eksperimentasi studio dan amalan praktis seni melalui penyertaan dalam pameran dan pertandingan seni yang telah dijalankan. Pendekatan ini sebagai satu usaha memperolehi data sokongan dari sudut dimensi ruang fizikal karya sebenar, pengurusan kuratorial pameran, perbandingan karya bersama sisi karya pelukis lain dalam pameran dan pertandingan seni yang inputnya dapat dimanfaatkan pada pameran penilaian karya akhir penyelidikan.

1.6 Limitasi Kajian

1.6.1 Identifikasi Isu

Projek penyelidikan studio ini memfokuskan ideologi dari konsep fenomena viral yang merepresentasikan citra secara umum dalam memberi impak khusus kepada isu semasa global khasnya dalam konteks lokal. Perihal ini adalah berlandaskan identifikasi figura awam melalui keberadaan selebriti internet di platform media sosial. Justeru, isu kajian



ini tidaklah melibatkan tumpuan penuh pada perkara viral yang spesifik seperti video, imej dan gambar, audio serta informasi teks atau sebagainya. Namun demikian, refleksi menerusi pengkelasan idea penyelidikan ini digarap lebih kepada ruang litupan komponen isu kajian yang menyentuh soal dimensi dan elemen tema fenomenologi viral meliputi persoalan ciri dan aspek kandungan, format dan bentuk, petikan teks dan ungkapan ringkas, landskap media sosial serta berkait dengan individu atau figura awam.

Dalam pada itu, batasan isu penyelidikan juga menjurus kepada interpretasi konsep populariti yang merangkumi terma trend popular, perhubungan awam dan publisiti, trend media sosial, status, peranan dan kedudukan serta sifat personaliti figura awam viral. Jelasnya, penelitian isu ini dilihat berdasarkan fenomena kejadian viral yang berlaku sekitar tahun 2010 hingga tahun 2020 malah mungkin juga terdapat pengulangan beberapa individu yang sama pada siri interpretasi karya. Walaubagaimanapun, perkara yang berkaitan dengan durasi tempoh masa dan pembahagian figura individu setiap karya bukanlah menjadi keutamaan penyelidikan, sebaliknya tumpuan adalah lebih kepada transisi permasalahan isu menerusi kapasiti individu yang menjadi simbol kepada profil dan profesionnya. Perkara ini juga berkait dengan situasi atau peristiwa viral khusus yang disepadankan dengannya.

Pokok perbincangan akhir penyelidikan mendapati terdapat variasi gelaran yang khusus yang digunapakai oleh media massa dan digital seperti selebriti media sosial, personaliti media sosial, *influencer* media sosial, bintang media sosial dan sebagainya yang sebenarnya bergantung kepada sifat dari bentuk kandungan serta pengisiannya dalam saluran dan aplikasi platform sosial internet. Namun demikian kesemua perihai





gelaran ini tidak mencakupi kejelasan isu dan tema secara keseluruhannya melalui penyatuan komponen utama penyelidikan. Justeru perincian sintesis isu penyelidikan lebih terarah kepada justifikasi persoalan tentang propaganda visual dan verbal menerusi figura awam viral yang disandarkan kepada konotasi selebriti internet dalam talian oleh Abidin (2018) yang disesuaikan dengan penjelasan oleh Driessens (2013), Jerslev (2016) dan Cui (2017).

Komponen isu ini digarap melibatkan perkara seperti; 1) persoalan jenama diri, kumpulan dan populasi; 2) persepsi dan tanggapan pengguna; 3) soal perhatian dan praktis; 4) promosi, provokasi dan kebiasaan dan 5) pengaruh dan pengikut yang wujud menerusinya. Format selebriti ini juga dinilai melalui; 1) skala populariti; 2) variasi platform; 3) khalayak penonton dan pengguna; 4) sifat bidang dan profesion; 5) praktis kandungan tematik dan 6) perihal emosi dan impak ruang dan premis yang terlibat.

Hujahan isu ini juga dirungkaikan berlandaskan prinsip penjenamaan diri dari polemik isu semasa mencakupi tranformasi konsep populariti menerusi kategori selebriti dalam konteks tradisional dan media sosial, tokoh politik dan masyarakat serta orang awam atau orang biasa.

1.6.2 Konteks Seni Catan

Pendekatan eksperimentasi studio ini tertumpu menerusi saringan ruang litupan komponen isu permasalahan kajian dalam konteks proses pembangunan karya seni catan secara keseluruhannya. Penentuan digarap menerusi eksplorasi pada penggunaan media, medium dan teknik catan diterjemah bersandarkan perincian topik pilihan yang



dikemukakan. Perihal ini mendorong kepada rasional dalam metodologi dan pendekatan formalistik karya bagi menjelaskan analisis penyelidikan segala isu yang telah diketengahkan.

Dimensi pendekatan seni catan adalah melalui perolehan dan penstrukturan semula sumber data penyelidikan yang diadaptasi secara spesifik menerusi subjek dan objek, sifat figura dan figuratif serta bentuk dan makna. Penekanan ini memberi nilai tambah kepada pengisian transisi seni catan kontemporari yang berunsurkan sifat metafora visual. Hal ini juga berkait rapat dengan stail dan gaya komposisi setiap panel dan keseluruhan format karya dalam menitikberatkan elemen jukstaposisi yang mengupas naratif konotasi dan asosiasi imej, teks, latar menerusi aturan perletakan serta kedudukannya dalam ruang karya seni catan.

Eksplorasi penerapan dan terjemahan karya juga mempersembahkan variasi jumlah panel yang lebih daripada satu yang merangkumi konsep seperti; 1) *diptych* dua panel; 2) *triptych* tiga panel; 3) *quadriptych* empat panel; 4) *pentptych* lima panel; 5) *hexptych* enam panel; 7) *heptych* tujuh panel 8) *enneptych* sembilan panel dan 9) *decptych* sepuluh bahagian panel. Kesemua istilah ini dinamakan dengan *polyptych* yang bermaksud panel karya yang dibahagikan kepada beberapa bahagian tertentu yang sebenarnya hanya mewakili rangkuman satu karya sahaja dalam kajian ini mengikut kesesuaian dan keperluannya. Terdapat juga persembahan yang melibatkan satu panel karya sahaja seperti dapatan karya fasa akhir yang merumuskan kesemua karya sebelumnya.



1.7 Signifikan Kajian

Kepentingan penyelidikan karya studio seni halus ini adalah dirujuk menerusi perihal mengunjurkan rangkuman naratif produksi visual. Hal ini dihubungkan tentang persoalan bagaimana platform media sosial menyumbang kepada suatu eksposisi teoritikal idea melalui fenomena viral serta budaya sosial kontemporari. Interpretasi ini juga digariskan sebagai suatu bentuk respons dalam konteks disiplin karya seni catan kepada perincian isu semasa yang melanda masyarakat umum khasnya dalam merungkaikan konotasi figura awam yang diklasifikasikan sebagai selebriti internet.

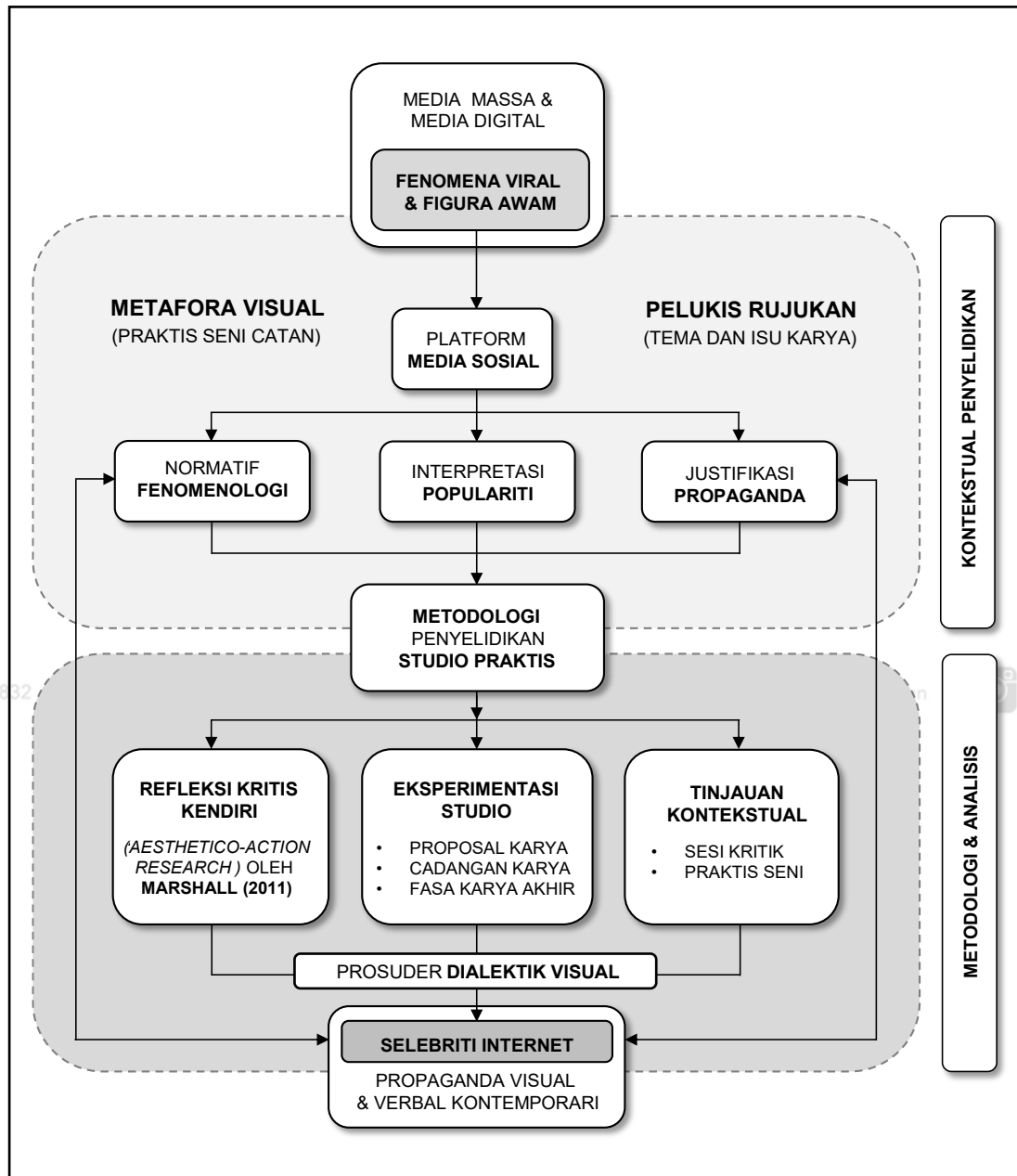
Dalam konteks perkembangan bidang ilmu seni visual, proses penyelidikan ini dikupas melalui pertimbangan refleksi praktis seni dari sebahagian karya pilihan para pelukis rujukan yang diperhalusi dengan pengkhususan isu yang seiring dengan konsep idea fenomena viral, elemen figuratif dan juga representasi figura awam. Selanjutnya, rujukan lain pula melibatkan aspek jukstaposisi dari gaya dan stail serta formalistik format persembahan karya. Keterangan ini jelasnya menyimpulkan bahawa tinjauan rujukan ini diklasifikasikan kepada beberapa bahagian utama. Walaubagaimanapun, projek penyelidikan ini juga dilihat meliputi semua bahagian tersebut bagi mengemukakan suatu dimensi baru terhadap tinjauan rujukan kontekstual yang sedia ada dalam penyelidikan seterusnya. Sifat progresif karya juga melibatkan eksperimentasi studio menerusi eksplorasi media, medium dan teknik pilihan, di samping cadangan karya yang dipamerkan dalam kondisi ruang sebenar pameran dan pertandingan seni. Transisi kedua kaedah pembangunan karya ini memberikan sumber input data sokongan yang diperlukan untuk dimanfaatkan dalam pameran akhir penyelidikan.



Dalam konteks pendekatan metodologi studio seni halus, unjuran garis panduan reka bentuk penyelidikan ini adalah bermatlamatkan sinergi di antara persoalan teori dan praktis. Justeru berpandukan pilihan metodologi *Aesthetico-Action Research* yang dilaksanakan, spesifiknya adalah bagi mengemukakan suatu bentuk penyelidikan kitaran terbuka yang melibatkan terma langkah proses aktif. Pendekatan ini memanifestasikan pengalaman penyelidik bersandarkan isu semasa yang kemudiannya terjemahkan semula dalam konteks kajian studio seni halus. Dalam pada itu, prosedur dialektik visual yang ditampilkan menerusi pendekatan heuristik juga menyumbang kepada suatu dimensi baru dalam menstrukturkan deskriptif hujahan pernyataan pendekatan karya mengikut langkah yang bersesuaian dan sepatutnya.

Dalam konteks penulisan akademik dan ilmiah pendekatan ini telah dikupas secara khusus dalam menghuraikan penyelidikan menerusi format penulisan tesis yang berbentuk *exsegesis* yang merangkumi perjalanan produksi penyelidikan karya dan penulisan tesis secara serentak atau bersama. Nuansa dari instrumentasi ini sebenarnya membawa kepada penanda aras sifat penjelasan secara kritis atau interpretasi pemberat penyelidikan yang boleh merangkumi; 1) tumpuan penuh lebih kepada kajian penyelidikan yang konkrit dalam mendorong praktis penghasilan karya; 2) tumpuan menjurus kepada amalan praktis penghasilan karya yang dominan dalam mendorong kajian penyelidikan menerusinya; 3) tumpuan bersama kedua instrumentasi dalam mendorong pendekatan yang seimbang antara kajian penyelidikan dan amalan praktis penghasilan. Justeru, menerusi penyelidikan ini, pengkhususannya lebih terarah kepada pendekatan ketiga yang dilihat rasional serta signifikan kepada keperluan asas kajian yang telah dibangunkan dan dilaksanakan keseluruhannya.

1.8 Kerangka Konseptual Kajian



Rajah 1.8.1. Kerangka konseptual bagi selebriti internet: propaganda visual dan verbal kontemporari menerusi metodologi penyelidikan studio praktis

Kerangka konseptual seperti rajah 1.8.1 sebelumnya dibina berdasarkan dua bahagian utama yang melibatkan kontekstual penyelidikan dan metodologi dan analisis



dalam menerangkan secara ringkas hala tuju kajian melalui asas, dasar, konsep, teori, reka bentuk dan frasa peringkat kaedah kajian yang berkaitan secara keseluruhannya. Bahagian kontekstual penyelidikan adalah merujuk kepada penstrukturan elemen asas penyelidikan yang meliputi peranan media massa dan media digital dalam membentuk fenomena viral dan perkaitannya dengan figura awam melalui platform media sosial. Justeru pengelasan tiga komponen utama reflektif isu dari fenomena viral dan figura awam ini dikemukakan menerusi normatif fenomenologi, interpretasi populariti dan justifikasi propaganda berlandaskan konsep metafora visual bersama tinjauan pelukis rujukan.

Selanjutnya pada bahagian metodologi dan analisis pula adalah merujuk kepada rangkuman kriteria dan proses pembangunan karya yang terkandung dalam pilihan kaedah pendekatan dan keperluan penyelidikan studio praktis. Berdasarkan formulasi reka bentuk penyelidikan yang dinyatakan ini adalah merangkumi tiga pendekatan utama. Pendekatan pertama adalah refleksi kritis dengan mengadaptasi prosedur proses kreatif '*Aesthetico-action research*' yang diperkenalkan oleh Marshall (2010). Sementara pendekatan kedua adalah menerusi eksperimentasi studio sebagai dimensi ruang dan platform gerak kerja penyelidikan yang merangkumi pembinaan proposal karya, cadangan karya dan karya akhir. Pendekatan ketiga pula adalah bersandarkan tinjauan kontekstual menerusi sesi kritik dan amalan praktis seni dalam membincangkan dan membuat perkongsian dalam setiap proses pembangunan karya. Konklusinya, formulasi dari prosedur dialektik visual membawa kepada kesinambungan dari kombinasi diantara ketiga kaedah yang dijalankan. Hal yang demikian membawa kepada unjuran dan saranan tentang konotasi istilah selebriti internet dalam konteks propaganda visual dan verbal semasa atau kontemporari.





1.9 Tinjauan Karya Terdahulu – Subjek dan Idea

Pengenalan

Penglibatan dalam amalan praktis seni melalui tinjauan karya terdahulu adalah melibatkan beberapa tahap yang berbeza antara subjek dan kupasan ideanya. Hal ini juga boleh membawa kepada perubahan, penambahbaikan atau kesinambungan dari karya sebelumnya hingga penghasilan dimensi karya dalam konteks semasa. Antara tahap terawal yang dikenali adalah menerusi penghasilan, penglibatan karya dan pameran seni sewaktu atau proses belajar secara formal dalam bidang diploma dan sarjana muda seni halus. Pada peringkat ini adalah lebih kepada proses pengenalan dengan bahan, media dan teknik serta disiplin dan dimensi karya yang wujud dalam bidang seni halus. Selain itu, disusuli dengan pemahaman bentuk, makna dan pembinaan konsep dalam proses apresiasi dan analisis karya. Justeru, kebanyakan penghasilan karya menjurus lebih kepada eksplorasi gaya catan bersifat realistik dan juga melibatkan unsur abstrak dalam pameran dan pertandingan seni pada sekitar tahun 2002 hingga 2006.

Tahap seterusnya adalah apabila menjadi tenaga pengajar dalam bidang asas seni dan seni halus. Pengalaman menghasilkan karya di peringkat ini lebih terkait dengan peluang dan ruang yang diperolehi dalam menyertai pameran berkumpulan secara bertema atau sebaliknya di sekitar tahun 2007 hingga 2012. Kebanyakannya melibatkan usahasama mewakili tenaga pengajar universiti dan juga di luar konteks akademik dengan pameran secara kumpulan kecil atau besar bersama pelukis yang terpilih. Persoalan subjek dan idea pada penghasilan karya dibahagian ini terarah





kepada kupasan tema dan isu yang terbias pada pengalaman diri, kritikan sosial dan budaya, selain penumpuan kepada media, bahan, teknik dan olahan komposisi catan.

Selanjutnya, adalah tahap di mana proses pengalaman belajar di peringkat *postgraduate* atau sarjana dalam bidang yang sama yang membuka sudut pandang yang lebih luas dalam pengkhususan studio seni halus semasa pengajian atau selepasnya sekitar tahun 2013 hingga 2017. Dalam konteks ini penyelidikan karya kupasan idea adalah dilihat lebih konkrit dalam mengadaptasi stail dan gaya menerusi konteks interaksi dan interpretasi karya. Keadaan ini agak berbeza dengan penyelidikan sebelumnya, kerana ia dilaksanakan semasa belajar dan bekerja dalam pada yang sama melibatkan diri dalam praktis seni. Justeru situasi bahagian ini adalah sangat berkait rapat dengan perjalanan karya dalam yang dijalankan dalam konteks penyelidikan diperingkat seterusnya ini. Khususnya dalam membina hujahan pendekatan karya menerusi teori, praktis dan metodologi pendekatan berasaskan studio praktis terhadap refleksi dan reflektif dari tema dan isu karya.

Oleh yang demikian, melalui tinjauan ini terdapat dua bahagian siri karya yang memiliki kecenderungan lebih sesuai dan mempunyai sisi kaitan yang hampir sama dengan isu kajian yang dijelaskan pada bahagian berikutnya. Salah satu tema dan isu berkenaan adalah '*True Heroism*' antara realiti dan fantasi durasi masa dari tahun 2012 hingga 2014. Keduanya adalah '*Sublimation*' dan figura ikonik juga menyambung durasi masa dari 2014 hingga 2017. Kesimpulannya, kesemua tahap yang diperjelaskan sebelumnya mempunyai kesinambungan melalui proses mengadaptasi perkembangan karya dari segi capaian pemahaman bentuk dan makna, teori dan praktis serta metodologi penyelidikan.



i) Siri “True Heroism” antara realiti dan fantasi (2012-2014)

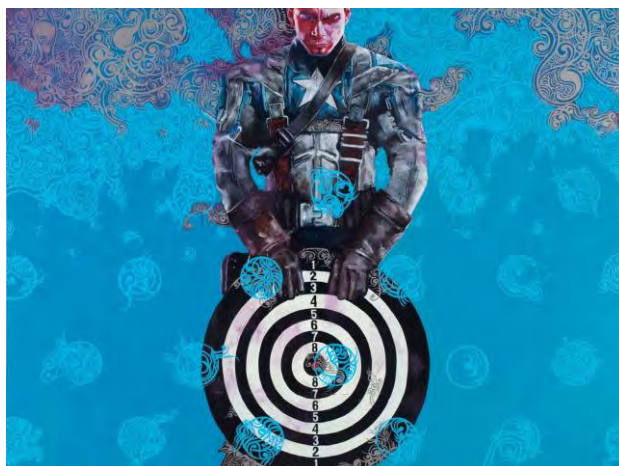
Intipati idea dalam penghasilan karya ini adalah bertemakan ‘*true heroism*’ dalam mengutarakan isu kajian yang terkait dengan pengalaman dan pengamatan peribadi bagi mengupas persoalan berkenaan transisi idola atau hero yang sebenar dalam konteks realiti atau fantasi. Istilah ‘*Heroism*’ membawa kepada sesuatu yang dihargai meliputi moral, budaya dan tingkah laku dalam memberikan inspirasi kepada orang lain terutamanya dalam kehidupan seharian (Cherry, 2012). Hero yang sebenar adalah orang yang memiliki sifat merendah hati, tidak terkesan dengan nilai pujian serta tidak melihat pada kepentingan diri semata-mata, malahan juga harus memikirkan kepentingan orang lain. (Franklin, 2013). Walaubagaimanapun, hal ini sudah semestinya berbeza dari persepsi setiap individu dengan orang lain. Justeru dalam produksi karya ini ianya dikupas melalui proses identifikasi idea, kata kunci dan matlamat kajian menerusi peta tematik teks dan figura seperti rajah 1.9.1 di bawah.



Rajah 1.9.1. Peta tematik idea, kata kunci dan matlamat kajian siri satu

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penghasilan karya adalah menjurus kepada adaptasi watak hero yang diambil dari filem barat, kemudiannya diolah semula dalam konteks perkaitannya melalui persepsi diri menerusi soal isu semasa yang melanda. Pemilihan tema dan isu setiap karya adalah berdasarkan dapatan dari ekplorasi pendekatan tematik merangkumi persoalan formalistik karya menerusi konsep warna, komposisi imej dan latar serta format bentuk persembahan secara keseluruhannya. Justeru perkongsian ini melibatkan tiga karya buah karya yang setiap satunya mengadaptasi watak adiwira popular sepanjang zaman iaitu *Captain America*, *The Incredible Hulk* dan *The Lone Ranger* yang bergenre fiksyen dan fantasi yang kemudiannya dimanifestasikan dalam konteks realiti menerusi pernyataan isu kajian.

Terjemahan idea ini digarap pada karya pertama seperti rajah 1.9.2 berikutnya, memaparkan ikon superhero dari Amerika Syarikat. Pernyataan isu karya lebih bersandarkan isu sifat kekuasaan Amerika dalam mempengaruhi dunia secara realiti mahupun dalam drama fiksyen filem dan sebagainya. Hakikatnya dominasi ini bukan hanya melibatkan akal dan pemikiran masyarakat malahan faktor ekonomi, sosial, kebudayaan, kepercayaan agama dan sebagainya. Gambaran imej figura dengan konsep monokromatik merah jambu adalah bersifat sinis dalam menyatakan soal malu atau lebih tepatnya tanpa segan silu mereka melanggar hak asasi manusia antarabangsa atas beberapa insiden yang berlaku atas alasan yang sama. Selain itu imej perisai juga telah ditukar kepada papan kosong tanpa damak, dalam menyatakan perihal isu ini diumpamakan seperti corak permainan yang melibatkan strategi tertentu dalam menemui sasaran agendanya. Walaubagaimanapun, hero yang sebenarnya adalah kuasa masyarakat dunia lain bagi memberi pengajaran kepadanya seiring dengan latar biru bersama garisan awan larat simbolik kepada sifat bumi antara luasnya langit dan laut.



Rajah 1.9.2. Izzal Khairi Ramli. “True Heroism: The Dictator”, (2012). Cat akrilik atas kanvas, 122 cm x 152 cm

Karya seterusnya seperti pada rajah 1.9.3 berikutnya adalah menyentuh persoalan tentang konsep sifat lahiriah manusia dalam menangani masalah dan dugaan menerusi personaliti dan karektor yang tersendiri. Manusia yang hebat dan kuat sebenarnya adalah mereka yang boleh mengawal emosi dan sifat amarahnya. Pernyataan idea untuk karya kedua juga mengadaptasi watak adiwira ciptaan manusia seperti ‘Hulk’ yang sinonim dengan sifat panas baran yang diluar kawalannya hingga menjadi kuat dan luar biasa. Teknik penataan konsep warna diolah semula dengan mengubah warna asal subjek ‘hulk’ yang lazimnya warna hijau kepada monokromatik merah jambu termasuk pada rupa corak organik pada latar komposisi karya. Sifat warna yang ditampilkan ini, simboliknya melambangkan kelembutan atau kedamaian. Rasionalnya karya ini memberi tafsiran tentang persoalan muhasabah diri dan konteks melawan sesuatu perkara yang boleh mendatangkan perasaan negatif dan emosi diluar kawalan. Justeru hero yang sebenarnya bukan orang lain tetapi adalah diri sendiri yang berperang dengan permasalahan hidup dan tidak menyerah pada setiap dugaan yang melanda serta berusaha mencari jalan penyelesaian terhadapnya.



Rajah 1.9.3. Izzal Khairi Ramli. “True Heroism: The Legendary Strongman”, (2013). Cat minyak dan akrilik atas kanvas, 228 cm x 107 cm (*triptych*)

Pernyataan isu dan idea pada karya seperti rajah 1.9.4 berikutnya adalah adalah lanjutan dari isu sebelumnya namun lebih berfokuskan kepada refleksi pengalaman kisah hidup sendiri sebagai tema. Manusia sebagai khalifah di muka bumi sentiasa diuji dengan dugaan hidup dari ilahi namun cabaran dari cara dan bagaimana kita mengatasinya yang membezakannya. Justeru karya ini mengambil inspirasi idea dari watak hero seperti dalam filem ‘*The Lone Ranger*’, namun sebaliknya diolah dengan menampilkan wajah potret pengkarya sendiri sebagai subjek imejan. Penataan rona warna hitam putih pada wajah adalah kiasan kepada bukti hitam putih kehidupan atas ujian hidup yang berlaku secara lumrahnya boleh berlaku kepada sesiapa sahaja. Lazimnya watak hero *lone ranger* tampil dengan keadaan bertopeng berjuang menegakkan keadilan dalam filem, namun dalam karya ini diperlihatkan topeng itu terlepas dari wajah bagi menyatakan konsep yang sama sebagai cabaran mekanisme bela diri dalam menempuh cabaran hidup tanpa perlu berselindung dengan masalah dalaman diri yang wujud. Karya ini juga disepadankan dengan konsep latar belakang karya menerusi garapan kesan tonal warna panas bersama unsur corak bulatan berwarna emas dan perak yang diletakkan secara berulang pada bahagian latar karya.

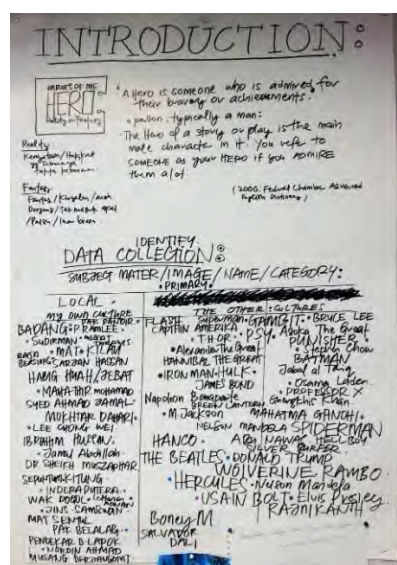


Rajah 1.9.4. Izzal Khairi Ramli. “True Heroism: Mr. Lone Ranger”, (2014). Cat minyak atas kanvas, 137 cm x 152 cm

Keseluruhannya, ketiga karya yang ditampilkan adalah berdasarkan pecahan dari tema yang telah diketengahkan berkenaan persoalan ‘*true heroism*’ atau hero yang sebenar transisi di antara realiti dan fantasi. Karya pertama melibatkan penampilan isu dalam ruang lingkup yang lebih besar dalam memberi respon kepada isu semasa yang berlaku dalam konteks global khasnya isu hak asasi manusia sejagat. Skop isu karya kedua pula adalah dalam ruang lingkup isu yang dikecilkan dalam melihat sifat sesama manusia dalam menangani sesuatu perkara tanpa ditunjangi emosi yang negatif. Karya ketiga pula skopnya lebih berfokuskan pada konotasi projeksi diri dalam tema dan isunya. Rangkuman kesemua karya ini adalah sinonim dengan istilah sublimasi iaitu salah satu kaedah dalam mekanisme bela diri bagi mencari jalan keluar dan memindahkan gantian tindak balas kepada bentuk kegiatan yang lebih murni dan positif. Semua karya ini juga telah menjadi karya pilihan akhir dalam Malaysia Emerging Artist Award 2013 dan telah di pameran di Black Box & White Box Publika, Kuala Lumpur.

ii) Siri “Sublimation” dan ikonik figura (2014-2016)

Kesinambungan dari sebelumnya, penekanan isu seterusnya menjurus kepada persoalan mekanisma bela diri dalam konteks psikologi bagi individu dalam memilih salah satu tindakan yang sesuai seperti sublimasi. Istilah sublimasi ini adalah suatu bentuk mekanisma pertahanan diri melalui tindakan mencegah, meredakan, mengubah dan menyesuaikan situasi kecemasan dengan tingkah laku yang boleh diterima dan dihargai oleh masyarakat (Syawal & Helaluddin, 2018). Idea dari justifikasi hero fiksiyen dan fantasi yang digarap sebelumnya telah difokuskan kepada ruang litupan yang lebih realistik bersandarkan simbol hero yang menjadi ikon atas pencapaiannya kepada masyarakat. Setiap orang mempunyai persepsi atau kecenderungan memilih figura yang menjadi ikonik dalam hidupnya yang bergantung kepada latar belakang dan budaya tersendiri. Adaptasi ikonik figura dalam catan ini adalah satu alternatif mengungkapkan konsep sublimasi yang dirujuk kepada figura yang ditampilkan dalam produksi karya ini melalui proses tematik teks dan figura seperti rajah 1.9.5 di bawah.



Rajah 1.9.5. Peta tematik idea, kata kunci dan matlamat kajian siri dua



Merujuk kepada pernyataan sebelumnya, naratif isu dalam pengkaryaan seterusnya adalah lebih menjurus kepada adaptasi karektor watak ikonik. Hal ini dilihat dalam konteks realiti menerusi penggiat seni seperti pelakon dan penyanyi serta kesinambungan dari watak sebelumnya. Pemilihan subjek idea ini juga disepadankan dengan ciri perbandingan dua konteks zaman yang berbeza antara dahulu dan semasa dalam transisi kupasan permasalahan isu yang sama. Ekplorasi pendekatan tematik juga membantu capaian dalam pengisian subjek idea dalam konteks barat, timur dan asia tenggara serta antara lokal dan global. Penglibatan ini dirungkai dalam tiga buah karya yang mewakili watak ikonik popular setiap zaman iaitu *Elvis Presley* dan *Psy*, *Bruce lee* dan *Tony Jaa* serta watak sambungan karya sebelumnya *Lone Ranger*, *Tonto* dan *Silver* yang kemudiannya diadaptasikan dalam konteks pernyataan isu kajian.



semasa ini yang melanda tentang konsep populariti dan sifat sensasi. Figura ikonik yang secara drastik popular bernama *Psy*, hanya dengan satu klip video berjudul '*Oppa Gangnam Style*', ianya mendapat liputan meluas serta mencatat sejarah tontonan tertinggi di platform you tube dengan memaparkan konsep tarian kuda yang pelik yang menjadi ikutan diserata dunia. Seterusnya karya ini juga mengadaptasi figura ikonik popular dari bintang zaman sebelumnya *Elvis Presley* yang sama menyerlah sebelumnya melalui media massa tradisional. Mungkin ada persamaan atau sebaliknya, tetapi secara jelasnya zaman media digital kini lebih terdedah dengan perkara yang sensasi dan penuh kejutan. Konsep sublimasi ini adalah berkenaan senario bagaimana kita berhadapan dengan alam maya dan realiti dalam hidup seharian. Format bentuk karya digambarkan seperti paparan bingkai platform video dalam talian dengan pernataan warna monokromatik hitam putih, bersama warna merah dan merah jambu



pada figura Psy. Penggunaan teks '*Play*' dan '*Replay*' adalah interpretasi berkenaan sejarah masa yang berkaitan dengan masakini dan masa lalu sebagai metafora dua zaman tersebut untuk dilihat kembali pada khalayak tentang figura yang sepatutnya diangkat menjadi idola atau ikonik pada masyarakat. Karya ini telah memenangi hadiah saguhati menerusi pameran Pertandingan Seni Lukis Terbuka Pulau Pinang pada tahun 2014 bertemakan "Black White" bertempat di Balai Seni Lukis Negeri Pulau Pinang.

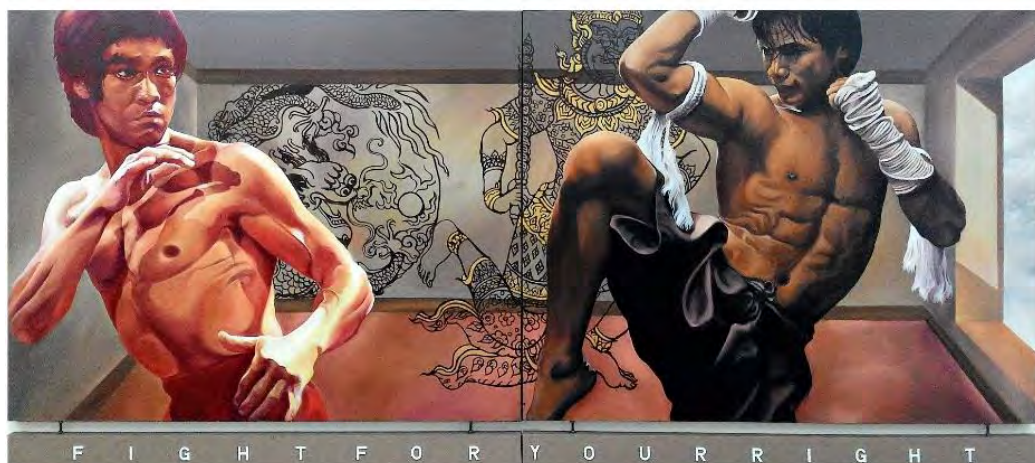


Rajah 1.9.6. Izzal Khairi Ramli. "King of Rock n Roll VS King of You Tube", (2014). Cat minyak dan akrilik atas kanvas, cetakan digital atas tarpolin, 5 cm x 152 cm, 242 cm x 152 cm (*diptych*)

Idea asal karya pada rajah 1.9.7 berikutnya adalah datang dari persepsi terhadap lagenda kungfu dunia iaitu Bruce Lee. Ikon figura seni mempertahankan diri ini mempunyai karektor yang sama samaada di dalam filem dan diluarnya. Sikap egoistik semasa bertarung dan mengajak lawannya bertarung menjadikan ia terkenal dengan sikap ini didunia. Selain itu kepantasannya dalam bertarung adalah ciri utama beliau dihormati tentang kelebihanannya itu. Tony Jaa pula adalah ikon seni mempertahankan diri dari Thailand iaitu tomoi. Kehadirannya dalam filem Ong Bak telah memukau penonton akan aksinya yang agak berlainan dengan seni tomoi yang sebelumnya.

Beliau menjadi ikon kepada masyarakat Thai dalam membawa seni tomnoi ke tahap yang lebih tinggi di mata dunia khususnya melalui filem.

Konsep sublimasi yang hendak diterjemahkan adalah tentang ikonik figura iaitu Bruce Lee dan Tony Jaa yang mana keduanya adalah bintang filem yang terkenal. Idea tentang mekanisme bela diri ini adalah tentang konsep seni mempertahankan diri itu sendiri. Dengan mengambil bahagian atau melakukan aktiviti lasak seperti ini manusia dapat menggantikan desakan tingkah laku yang dianggap berbahaya kepada jalan yang lebih sihat dan positif. Gambaran visual menerjemahkan kedua figura seperti bertarung dan mempertahankan diri disebalik satu ruang dimensi bilik yang kosong bagi merepresentasi konsep ruang jiwa yang ada pada setiap manusia. Teks tulisan ‘FIGHTFORYOURRIGHT’ sebenarnya menjelaskan konotasi seperti berkonfrantasi dengan diri dalam setiap perkara yang patut ditegakkan seadilnya. Karya ini menjadi karya pilihan menerusi pameran Pertandingan Seni Lukis Terbuka Pulau Pinang pada tahun 2015 bertemakan “Hope” bertempat di Balai Seni Lukis Negeri Pulau Pinang.



Rajah 1.9.7. Izzal Khairi Ramli. “Fight for Your Right”, (2015). Cat minyak dan akrilik dan kolaj atas kanvas, 122 cm x 306 cm, 10 cm x 153 cm (*diptych*)

Karya seterusnya seperti pada rajah 1.9.8 berikutnya ini adalah satu kesinambungan terhadap karya sebelum ini. Mengambil pendekatan yang sama melalui adaptasi kisah '*Lone Ranger*', seterusnya melakukan penambahbaikan dengan memperkenalkan watak sampingan iaitu '*Tonto*' dan kuda putih tunggangannya yang bernama '*Silver*'. Berbalik kepada persoalan tentang sublimasi watak sampingan ini disimbolkan kepada rakan taulan atau sahabat yang berdekatan yang adakalanya menjadi cerminan pada manusia tentang benar dan salahnya segala tindakan yang diambil dalam kehidupan seharian. Gambaran latar lebih berunsurkan surealistik terhadap subjek dan imejan dengan latar seperti awan kabus sebagai relatif mengupas tentang perjalanan hidup individu adalah kompleks dan tidak dapat diterangkan segalanya dengan mata kasar. Karya ini juga menggabungkan teknik cetakan digital di atas kanvas *tarpaulin* dalam memperlihatkan simbol '*Play*' dan '*Rewind*' pada bahagian kiri dan kanan pada karya ini sebagai mekanisme sublimasi kepada segala kesalahan yang dilakukan sebelumnya dilihat dan dirujuk kembali agar tak berulang dimasa hadapan. Karya ini telah memenangi hadiah saguhati menerusi pameran pertandingan seni lukis terbuka Pulau Pinang pada tahun 2016 bertemakan "respect" bertempat di Balai Seni Lukis Negeri Pulau Pinang.



Rajah 1.9.8. Izzal Khairi Ramli. "Mr. Lone Ranger, Tonto and Silver", (2016). Cat minyak atas kanvas, cetakan digitas atas tarpolin, 122 cm x 306 cm (*diptych*)

Ketiga karya yang dihasilkan adalah melibatkan format 'diptych' sebagai pilihan format bentuk persembahan dalam membahaskan erti keseimbangan hidup yang perlu ada dalam diri. Pembahagian dan perbandingan juga dibuat kepada beberapa konteks isu yang terdorong kepada perkara yang sedikit mengganggu emosi khususnya pada karya pertama yang mengambil inspirasi dari pencetus viral iaitu Psy yang menjadi raja You Tube pada ketika itu. Selain itu minat juga mempengaruhi segala tindakan individu seperti persembahan karya dua yang dibahaskan, manakala pada karya tiga ia dikupas kembali tentang persoalan diri dan perjalanan diri yang disepadankan dengan idola hero filem fiksyen.

Rasional yang dilihat pada setiap karya adalah mengenai perbandingan situasi figura awam yang popular dalam kontek zaman yang berbeza dan cara yang berbeza yang boleh dilihat pada pernyataan karya yang digarap pada rajah 1.9.9 di bawah.

SUBLIME : Pop Documenta HEROIC / ICONIC FIGURE & IMAGERY

Sublime is one of the many defense mechanisms, which exists in every individual and society. The processes and forms of sublimation varies according to our daily life and the surrounding environment, whether they be the real world or the realm of fantasy. These images of heroic/iconic figures are symbols of heroism, which I consider as positive self-expression in sublimated forms.

Rajah 1.9.9. Pernyataan karya dari tema dan isu



Kesimpulannya, berdasarkan kupasan tinjauan karya terdahulu ini telah memperlihatkan garapan unsur figuratif pada setiap formalistik karya. Namun ianya dipecahkan kepada subjek idea yang mengupas persoalan hero dalam filem realiti atau fantasi yang diadaptasi dengan perjalanan hidup diri. Walaubagaimanapun, antara karya yang menjadi titik tolak dalam penyelidikan studio seni halus adalah dari karya pertama tentang figura Psy itu sendiri. Kupasan dari isu viral khasnya yang menjadi figura awam dalam talian ini telah menyumbang kepada penjanaan dan tumpuan idea yang spesifik dalam penyelidikan permasalahan yang dirangka dan distukturkan mengikut pendekatan pembangunan karya yang bersesuaian.

1.10 Pembangunan Utama Dalam Penyelidikan Praktikal



Penyelidikan ini telah dipecahkan kepada tiga bahagian fasa utama yang mempunyai keutamaan asas dan tumpuan penekanan yang berbeza. Pembangunan utama ini memiliki kesinambungan di antaranya bagi merungkai konteks persoalan isu kajian yang meliputi penghasilan lima belas buah karya penyelidikan keseluruhannya. Tiga bahagian fasa ini disepadankan dengan perincian komponen yang melibatkan aspek pembangunan karya yang merangkumi; 1) normatif fenomenologi dan fenomena viral dalam memberi kupasan pada ruang lingkup subjek dan objek yang diunjurkan menerusi dimensi dan elemen tema viral; 2) interpretasi populariti dan figura awam yang lebih berfokuskan kepada intipati idea berkenaan figura dan figuratif yang diolah semula melalui perlambangan individu dalam konteks profil atau profesionnya dan 3) justifikasi propaganda dan selebriti internet yang merupakan rangkuman sintesis bentuk





dan makna dari prinsip penjenamaan diri dalam polemik isu viral dalam konteks semasa.

Ekplorasi pada pendekatan, penggunaan dan pemilihan media dan medium serta teknik olahan catan adalah digarap mengikut kesesuaian dan keperluan setiap karya yang dipersembahkan dalam kajian penyelidikan. Tumpuan ini juga dilihat pada ciri bentuk persembahan karya keseluruhannya yang melibatkan variasi jumlah panel yang berbeza dari segi jumlah, saiz, format kedudukan serta elemen bahantara tambahan keluaran industri yang dikolaj, digam atau ditempatkan pada bahagian karya yang mengubah fungsi asalnya kepada maksud tertentu yang disarankan. Walaubagaimanapun, konsep penataan olahan warna mempunyai sifat kebersamaan atau kelangsungan dalam karya awal hingga akhir menerusi warna monoromatik, harmoni, panas, sejuk atau konsep yang spesifik. Kaedah pengubahsian konsep imejan ini telah dijalankan dengan bantuan perisian grafik seperti adobe, perisian grafik mudah alih yang dimuat turun dari *Play Store* dan juga platform dalam talian yang dilihat lebih mudah dan praktikal. Selain itu, kaedah lukisan idea, lukisan analitikal serta lukisan format persembahan karya juga dibuat bagi memperlihatkan ciri cadangan, kesesuaian atau perihal sifat kedudukan setiap panel yang telah disusun atur mengikut keutamaan.

Penyelidikan ini didahului dengan pemetaan perkara yang terkait dengan fenomena sosial yang melibatkan kandungan viral yang menjadi tumpuan masyarakat umum melalui platform media sosial yang berkaitan dengan dorongan isu semasa yang berlaku. Kajian ini mendapati sifat bentuk kandungan adalah merupakan suatu entiti penting dan amat signifikan dalam mendorong terjadinya fenomena viral, selain kelebihan kepada variasi format dan bentuk asas yang berkait video, imej dan gambar,





informasi teks atau audio digital. Walaubagaimapun, tumpuan idea asal penyelidikan ini sebenarnya adalah bersandarkan kemunculan individu atau figura viral dilihat dalam jaringan media massa dan media digital seperti diterjemahkan pada karya akhir bahagian fasa satu ini. Justeru perkara ini dirungkai secara spesifik menerusi norma kandungan fenomena viral, konsep populariti dan unsur propaganda yang wujud menerusi platform media sosial.

Merujuk kepada bahagian komponen penyelidikan fasa satu adalah melibatkan penghasilan lima produksi karya yang dijalankan dalam durasi masa dari tahun 2018 hingga 2020. Eksposisi karya ini merangkumi judul seperti; 1) *Debunking: Fake, Fiction and Fact*; 2) *Objek Viral: Berita Dari Mulut*; 3) *Ungkapan Tular: Buah Tangan, Buah Mulut dan Hak Cipta*; 4) *Viral: Virus dan Vektor* dan 5) *Profil: Jenama Diri*.



Kupasan kesemua karya adalah diadaptasi dari perincian asas tentang perkara yang melibatkan isu dimensi dan elemen viral yang menjadi saranan idea kepada penyelidikan dibahagian seterusnya. Persoalan titik bertindih (:) yang digunakan di dalam setiap judul karya adalah bagi memberikan kenyataan tentang perincian subjek dan objek pilihan yang dirungkai menerusinya. Platform media sosial menjadi saluran utama dalam lapangan kontekstual kajian yang berperanan dalam mengangkat isu fenomena viral yang dibahaskan dalam penyelidikan ini. Ruang litupan subjek idea lebih luas serta disandarkan mengikut keperluan karya yang menyentuh persoalan viral dalam konteks global dan lokal.

Penghasilan setiap karya dalam komponen normatif fenomenologi ini diperincikan dengan persoalan isu pertama yang melibatkan perihal kandungan tentang berita viral menerusi keberadaan berita palsu di media sosial. Setiap perkara viral secara





lazimnya adalah berkait rapat dengan entiti kandungan yang wujud menerusinya. Keduanya pula adalah bagi mengidentifikasi pernyataan isu tentang *virality* iaitu kelaziman kriteria format dan bentuk yang ada seperti video, imej, teks dan audio. Namun demikian, tumpuan kajian lebih tertumpu kepada sifat objek viral yang wujud menerusi format dan bentuk yang dinyatakan sekaligus mencerminkan suatu cap, tanda atau *trademark* yang bersifat individu, secara umum, atau universal yang disampaikan seperti konsep berita dari mulut ke mulut.

Kajian karya ketiga diteruskan dengan perincian isu yang mewakili petikan teks dan ungkapan ringkas atau *tagline* slogan viral pilihan yang popular dan sensasi, menjadi ikutan semasa khasnya dengan konsep *#hashtag*. Korelasi perkara ini adalah berkaitan ungkapan viral dari individu pilihan yang menjadi buah mulut masyarakat di media sosial. Perkara ini boleh dicetuskan oleh mereka sendiri sama ada secara kebetulan atau sebaliknya. Merujuk kepada penjelasan isu karya keempat adalah lebih kepada keterangan tentang dominasi wadah dan landskap media sosial itu sendiri yang memberi peluang dan ruang sebagai medium alternatif. Virus fenomena sosial dan wabak perkongsian dalam talian ini secara realitinya akan berlaku pada sesiapa sahaja secara sedar atau sebaliknya menerusi sistem media yang hibrid kini. Kajian karya kelima dalam bahagian komponen ini adalah merujuk kepada pengamatan isu mengenai penampilan individu yang menjadi figura awam yang muncul menerusi situasi fenomena viral dari platform media sosial. Oleh kerana isu fenomena viral ini adalah merupakan isu semasa yang bersifat universal dan boleh berlaku di mana-mana sahaja. Justeru itu, konotasi subjek idea dari perkaryaan ini adalah merujuk kepada figura viral pilihan dalam konteks global yang membawa kepada penjenamaan diri, profil dan profesion bidangnya.





Seterusnya melihat kepada formasi bentuk serta teknik persembahan karya yang dikemukakan dalam bahagian fasa satu ini adalah bersandarkan pilihan format dan komposisi panel yang telah dicadangkan pada peringkat awal dalam proposal karya. Karya pertama dibahagikan kepada dua panel yang masing-masing mempunyai kesinambungan dan bersifat simetri dengan imejan dan latar yang diketengahkan disebelah kiri dan kanan. Format karya kedua juga melibatkan dua bahagian panel, namun diolah semula kepada kedudukan bingkai atas dan bawah. Jumlah panel juga ditambah hingga bilangan kesepuluh serta menterjemahkan bahagian panel atas yang mewakili logo *trademark* objek viral. Sementara itu, bahagian panel bawah adalah potret separuh figura pilihan menerusi aktiviti tinjauan respon individual terhadap proses pengkaryaan ini.



panel, namun sebaliknya ia dipersembahkan melibatkan panel yang bertindanan pada kedudukan karya pada bahagian atas dan bawah. Gambaran panel atas adalah memvisualkan konsep imejan buahan seperti kad imbas manakala pada bahagian bawah pula merangkumi cetakan teks ungkapan viral yang dicetak secara terbalik dan terbias pada cermin yang ada pada bahagian sebelahnya. Jumlah keseluruhannya adalah tujuh panel yang digarap mengikut ungkapan pilihan yang disarankan dalam penyelidikan karya ini. Bagi format karya keempat pula adalah dipersembahkan dengan satu panel kecil yang berada ditengah dalam menjadi sempadan kepada dua bahagian panel lain disebelah kiri dan kanan karya. Panel dari bahantara jaring yang telus ini juga letakkan dengan petikan satu perkataan melalui teknik stensil yang boleh mewakili dua perkataan iaitu 'sharing' atau 'saring'. Selain itu, pada bahagian kedua panel lain adalah visual komposisi imejan simbol serangga dan unggas pilihan. Seterusnya, pada format



karya kelima pula diperincikan dengan dua lapisan bingkai berwarna putih dan hitam. Aturan komposisi setiap panel juga diinspirasi dari paparan skrin bingkai seperti konsep anugerah *'Play Button You Tube'* dengan visual imejan potret figura viral global pilihan bersama label nama yang ditampilkan pada enam panel secara keseluruhannya.

Penyelidikan ini diteruskan dengan perolehan sumber dan tafsiran kajian sebelumnya iaitu interpretasi komponen satu yang menterjemah secara khusus tentang dimensi dan elemen fenomena viral di platform media sosial. Justeru interpretasi komponen kedua pula adalah terarah kepada interpretasi konsep populariti yang merangkumi individu yang menjadi boleh diklasifikasikan sebagai figura awam yang dilihat muncul dan menjadi tumpuan masyarakat umum dalam dan luar talian. Istilah populariti ini amat signifikan dengan konotasi viral dalam konteks fenomena sosial internet. Khususnya kepada individu viral kerana terma popular itu sendiri adalah sinonim dengan perkara yang merepresentasi persoalan disukai, digemari, diketahui atau dikenali ramai atas sifat dan kepopulerannya. Walaubagaimanapun, dewasa ini sifat populariti juga boleh datang dari perkara yang bertentangan yang mewakili figura yang tidak disukai, tidak digemari namun telah diketahui dan dikenali secara meluas atas faktor hebahan dan liputan yang wujud dalam perkongsian di platform media sosial. Persoalan isu ini telah dikupas dalam kajian karya berikutnya adalah bagi menterjemah konsep figura dan figuratif pada konteks dan situasi tempatan menerusi kriteria konsep populariti yang dirungkaikan melalui setiap hasil perbentangan karya.

Merujuk kepada penyelidikan pada bahagian komponen dan fasa dua ini, ianya juga telah meliputi penghasilan lima produksi karya catan yang dijalankan dalam lingkungan tahun 2020 dan tahun 2021. Eksposisi karya ini merangkumi judul seperti;



1) '*Pop! Public Figures . . .*'; 2) '*Publicity . . .*'; 3) '*Platform . . .*'; 4) '*Positioning . . .*' dan 5) '*Personality . . .*'. Kupasan kesemua karya yang dihasilkan adalah diadaptasi daripada penelitian isu tentang sifat populariti individu yang digarap dalam kelompok tema yang berkaitan dengan simbol profil keperibadian serta ruang lingkup profesion bidang yang terlibat menerusinya. Rasional penggunaan label tajuk yang berakhir tiga titik seperti (. . .) ini adalah bagi menyatakan secara simbolik persoalan isu fenomena viral mempunyai kesinambungan dari perkara sebelum, semasa atau selepas berlakunya. Istilah tiga titik ini juga sebenarnya dikenali sebagai 'elipsis' yang menunjukkan tentang sesuatu perkara yang bersambung di bahagian awal, bahagian tengah atau bahagian akhir sesuatu ayat atau teks (Pusat Rujukan Persuratan Melayu, 2011). Justeru inspirasi ini bagi memberikan satu dimensi gambaran ruang litupan kajian karya yang mungkin berbeza pada tanggapan khalayak umum lain.



Pembangunan karya yang terlibat dalam komponen interpretasi populariti ini diperhalusi dengan persoalan isu pertama tentang kualiti kandungan yang membawa kepada trend popular yang mencerminkan watak karakter individu pilihan atas situasi pernyataan yang dikeluarkannya. Peluang dan ruang yang sama dan terbuka dalam media sosial memperlihatkan kecenderungan yang boleh membawa nilai positif negatif bergantung kepada penerimaan dan penolakan masyarakat. Karya ini dipersembahkan menerusi garapan potret dan pernyataannya yang diletakkan secara bersebelahan. Kupasan karya kedua pula adalah mengenai pernyataan isu populariti yang menjelaskan suatu kriteria berkaitan dengan perihal pendekatan bagi memperoleh perhatian umum menerusi sifat perhubungan awam atau publisiti yang sinonim dengan istilah pemasaran viral. Penekanan karya juga difokuskan kepada pengasas produk pilihan yang sentiasa menarik perhatian masyarakat yang sekaligus membawa kepada kelangsungan





penjenamaan diri dan organisasi hasil dari hebahan dan liputan yang tertumpu kepadanya.

Kajian seterusnya bagi karya ketiga adalah menjurus kepada perincian isu tentang trend media sosial yang membawa kepada pembinaan identiti dan sosiobudaya masyarakat yang terhasil daripada sifat dan simbol individu viral pilihan. Korelasi aturan paradigma dari kaedah ini adakalanya mencerminkan gaya hidup masyarakat global semasa. Perihal ini diinspirasikan seperti menjadi perisa dan rencah amalan budaya masakini atas kebergantungan dan keterlibatan dalam wadah aplikasi ini. Kajian karya empat pula menjelaskan isu populariti berdasarkan huraian tentang capaian status, peranan dan kedudukan individu yang dilihat menerusi agenda nasional, politik dan ekonomi. Keterangan tentang konsep posisi diri ini akan mencerminkan sifat karakter dan keperibadian yang mempunyai pengisian yang sama atau berbeza dalam konteks keberadaannya di platform media sosial. Seterusnya pada karya kelima dalam bahagian komponen isu populariti ini adalah berkait dengan penonjolan sifat populariti individu pilihan yang terbentuk dari watak dan persona tersendiri. Hal ini terjadi ekoran dari situasi durasi masa, ketika, tempoh, waktu atau kekerapan peristiwa fenomena viral yang mencuri tumpuan masyarakat terhadapnya. Perkara ini juga mempunyai kaitan dengan penerimaan masyarakat menerusi teladan moral yang wujud dari figura berkenaan yang merakam suatu detik rangkaian musim atau bergantung kepada kesinambungan semua perkara seperti yang diperbincangan menerusi pengisian karya sebelumnya.

Format bentuk persembahan karya dan aturan formasi kedudukan panel secara keseluruhannya dalam bahagian fasa dua ini diolah secara lebih kompleks





bersandarkan proposal karya, input cadangan karya dari pameran dan pertandingan seni serta hasil eksposisi kajian sebelumnya. Justeru, karya pertama terhasil dengan cadangan awal persembahan melalui sembilan bahagian panel karya yang diletakkan secara sejajar atas rasional bahawa konsep popular ini wujud dari peluang dan ruang litupan yang sama. Namun di lihat pada format persembahan yang telah disusun atur oleh kurator pertandingan seni lukis Pulau Pinang 2018 dalam Galeri Sri Pinang ia tampak agak berbeza dengan cadangan asal dengan meletakkan karya pada kedudukan yang sama namun bersambung dengan tiga bahagian dinding yang mempunyai sudut berbeza. Dalam hal ini, ia membawa kepada satu dimensi yang berbeza tentang konsep aturan panel dalam kajian studio ini. Oleh itu pada cadangan karya menerusi format seterusnya karya ini juga melalui proses penambahbaikan dengan meletakkan semua panel dengan variasi ketinggian karya yang berbeza namun diperlihatkan tali yang tergantung pada satu punca yang sama. Justeru format ini juga telah dikekalkan dalam persembahan akhir untuk kajian karya satu ini.

Seterusnya karya kedua pula dibahagikan kepada tiga buah panel yang telah diletakkan pada kedudukan sama serta mempunyai perkaitan antara satu sama lain. Karya ini juga digarap dengan penampilan berbeza melalui konatasi label teks yang dikemukakan bersama imejan figura pilihan hanya dengan latar warna yang berbeza dan kosong. Definisi kosong dalam konteks bekas atau wadah adalah sinonim dengan maksud tidak berisi, menerusi karya ini ia diinspirasikan sebagai satu ruang kosong yang boleh dipenuhi secara berkala dengan konsep penjenamaan diri serta publisiti organisasi. Format persembahan karya akhir juga telah diberi penambahbaikan dari cadangan karya sebelumnya, dengan meletakkan karya ini pada sudut pandang



yang sama namun dijarakkan dengan kedudukan bahagian dinding yang berbeza antara satu sama lain.

Karya ketiga selanjutnya pula dipersembahkan menerusi lima bahagian panel dengan bingkai berwarna emas yang diletakkan pada satu kedudukan yang sama pada jarak ruang yang sedikit berbeza. Eksplorasi format karya juga digarap dengan penambahan objek tambahan yang mewakili botol kecil yang berisi rempah pilihan yang diikat pada bahagian bawah panel karya serta digantung dengan menggunakan tali tangsi lutsinar dengan ketinggian jarak yang berbeza pada setiap karya. Karya ini juga diilhamkan dari format bingkai karya pertama yang digantung pada jarak yang berbeza. Namun demikian karya ini pula dipersembahkan pada ketinggian bingkai yang sama tetapi ditambah baik pada elemen jarak ketinggian botol yang berbeza. Karya ini juga telah dicadangkan menerusi pameran seni Pop Cons di ruang Kapallorek Art Space, Seri Iskandar Perak. Format persembahan karya menerusi pameran ini juga telah dikekalkan dalam bentuk yang sama melalui persembahan karya akhir kajian.

Aturan komposisi dari bentuk persembahan panel bagi karya empat pula dipersembahkan dengan eksplorasi kepada medium yang berbeza iaitu papan kayu *pallet pine* yang dilekatkan bersama kotak yang mengandungi imej figura pilihan bersama simbol tertentu. Jumlah karya ini juga melibatkan bilangan sebanyak sepuluh bahagian panel yang kesemuanya mempunyai dua kotak dengan variasi warna berbeza pada setiap satunya. Karya ini diadaptasi seperti konsep undian pilihanraya bagi menentukan dua puluh calon pilihan yang disenaraikan kepada khalayak. Tambahan pada aspek tipografi juga diletakkan pada bahagian tertentu yang kesemuanya mempunyai kesinambungan. Justeru secara khususnya format karya akhir bagi kajian



ini adalah diletakkan pada kedudukan sejajar pada suatu jarak tertentu atas faktor yang tersebut.

Persembahan karya kelima dalam komponen fasa dua selanjutnya ini telah dihasilkan melibatkan empat bahagian panel yang diinspirasikan dari konotasi empat musim dalam negara seperti musim bunga, panas, luruh dan hujan. Setiap bahagian panel disepadankan dengan potret pilihan figura menerusi konteks persoalan isu kajian bersama elemen rupa latar, simbol serangga, simbol ikon butang dan label teks pada kedudukan yang berbeza mengikut rasional kesesuaian, keperluan dan keutamaan karya. Ekplorasi karya adalah melibatkan media dan medium konvensional seperti cat minyak dan akrilik atas kanvas bersama bahan tambahan penyangkut besi di bahagian sisi karya, namun lebih tertumpu kepada kombinasi elemen komposisi yang digarap secara kompleks melalui perletakan konsep warna dan stail *ambiguous*, variasi saiz dan rupa serangga serta ruang karya dari tindanan serta lapisan imej kepada latar karya. Format karya akhir diletakkan dengan kedudukan sejajar atas rasional dari konsep rantaian musim yang hendak diterjemahkan menerusi karya.

Penyelidikan dibahagian komponen dan fasa ketiga adalah yang terakhir atau merupakan dapatan kajian akhir bagi penyelidikan studio ini. Terdapat lima produksi karya yang dihasilkan dengan setiap bahagian karya mempunyai format karya yang selari secara keseluruhannya yang dihasilkan sepanjang tahun 2021. Eksposisi karya ini adalah merangkumi judul seperti; 1) ‘*Type & Tribe*’; 2) ‘*Netizen Army & Enemy*’; 3) ‘*Attention & Sensation*’; 4) ‘*Familiar & Extraordinary*’ dan 5) ‘*Influence & Followers*’. Kupasan kesemua karya yang dihasilkan adalah diadaptasi daripada perihal justifikasi propaganda atas penelitian isu tentang prinsip dan jenama yang melibatkan





refleksi idea dari polemik isu semasa tentang selebriti internet. Tafsiran istilah ini adalah bersandarkan individu dan figura yang menjadi figura awam menerusi rangkuman penjelasan oleh Abidin (2018) yang disesuaikan oleh Driessens (2012), Jerslev (2016) dan Cui (2017) pada bahagian kandungan bab seterusnya.

Pembangunan karya penyelidikan dalam fasa ketiga ini melibatkan proses tranformasi konsep populariti yang boleh diklasifikasikan kepada tiga kategori asas dalam justifikasi propaganda verbal dan visual dalam konteks semasa. Pertamanya adalah selebriti dalam konteks tradisonal dan media sosial yang melibatkan transisi amalan praktis media alternatif dan media arus perdana. Keduanya pula adalah selebriti dalam konteks tokoh politik dan tokoh masyarakat yang merepresentasi perincian agenda, posisi diri, profesion serta profil bidang tertentu. Ketiga adalah selebriti dalam konteks orang awam atau orang biasa yang membawa kepada identifikasi penjenamaan peribadi individu kebetulan atau tidak sengaja. Rangkuman ketiga asas kategori ini dipecahkan kepada lima bahagian konotasi idea yang menyentuh tentang selebriti media sosial, selebriti dalam konteks tradisional, selebriti dari orang awam dan biasa, selebriti dari tokoh politik, agama dan nasional serta selebriti dari tokoh masyarakat yang kesemuanya terlibat dengan sifat sensasi internet.

Perbentangan karya akhir bahagian pertama adalah bersandarkan konsep isu penjenamaan diri, populasi atau dalam mewujudkan suatu kluster baru atas sifat dan corak pengisian kandungan viral. Hal ini wujud atas variasi minat dan trend atau kumpulan aliran yang mempunyai haluan yang sama atau berbeza. Penampilan subjek imejan adalah terdiri daripada selebriti media sosial yang dipilih dari dalam dan luar negara atas variasi pendekatan yang mungkin sama dan berbeza. Eksplorasi komposisi



imejan ditampilkan dengan variasi kedudukan figura bersama ironi warna pada wajah dan tubuh badan figura. Perlambangan simbol bulatan mewakili konsep seperti sasaran papan damak yang kemudian diletakan jarum jam adalah menandakan durasi tempoh masa yang ada bagi setiap figura ini memperoleh zaman popularitinya. Perletakan unsur teks dalam ruang karya adalah bagi menyokong dan melabel secara literal keberadaan selebriti media sosial ini dalam ruang litupan sebenar di mata dan hati masyarakat.

Persembahan karya bahagian kedua pula adalah kesinambungan isu sebelumnya namun perincian kupasan ini menjurus kepada persepsi dan tanggapan masyarakat umum. Perihal yang wujud ini mempunyai kaitan dengan kuasa, peranan dan pendirian *netizen* khasnya sebagai komuniti dominan dari gaya hidup masyarakat digital kini. Subjek karya diadaptasi dari personaliti figura dengan monokromatik merah yang terdiri daripada selebriti tradisional yang kini menggunakan sumber kaedah dan platform yang sama bagi mendapat tumpuan khalayak. Komposisi ini digarap bersama visual imejan yang menampilkan figura orang awam lokal bersama seragam pakaian seperti tentera dari barat dengan variasi warna yang berbeza. Simbol petikan huruf dalam bulatan 'R' adalah mewakili *right* dan 'L' left yang diubah pada kedudukan asal bagi mentafsirkan persoalan salah, betul, haluan kiri atau kanan, menyokong atau memusuhinya bagi menyatakan refleksi idea tentang variasi perspektif dan sensitiviti khalayak.

Penampilan karya bahagian ketiga pula adalah berdasarkan tentang tatacara lazim atau melihat kembali tentang isu prosedur dan amalan praktis fenomena viral ini. Penelitian isu ini dirungkai menerusi istilah anomali yang menyimpang dari sifat aturan kebiasaan atau paradoks apabila sesuatu yang berlaku tampak bertentangan dengan



pendapat yang diterima umum. Refeksi idea dipersembahkan menerusi imejan subjek yang mewakili selebriti yang muncul dari orang awam atau orang biasa. Faktor kejutan dan elemen sensasi serta varian perhatian seperti sifat mencipta perhatian, menarik perhatian, mencuri perhatian, mendapat perhatian atas konsep viral yang diperolehi menerusi platform media sosial. Penggunaan imejan utama adalah digarap pada sebahagian tubuh figura Khaby Lame iaitu seorang pencipta kandungan dengan ciri ekspresi humor yang popular secara mendadak apabila membuat reaksi video lain menerusi tanda menadah tangannya. Imej ini disepadankan dengan garapan sembilan kotak pada bahagian bawahnya mewakili selebriti internet dalam konteks tempatan yang boleh dilihat konsep sebelum dan selepas individu tersebut menjadi viral. Terdapat tanda tanya pada satu bahagian kotak yang kosong yang membawa maksud akan datang sesiapa sahaja boleh menjadi figura yang menjadi perhatian awam atas bakat, keistimewaan atau ciri yang tidak lazim dalam mencipta portfolio diri.

Seterusnya adalah berkenaan terjemahan karya bahagian keempat dalam dapatan karya akhir yang menyentuh tentang agenda viral atau strategi promosi, provokasi atau sebenarnya sebagai suatu testimonial bagi mengekalkan keberadaan dan kedudukan tempat dalam masyarakat. Perihal ini adakalanya menjadi doktrin dalam mengekal atau mengubah hal kebolehpercayaan. Ia juga boleh menjadi dogmatik dari segi perjuangan pandangan selektif tanpa mempertimbangkan soal kebenaran hakikat yang sebenarnya. Namun demikian dari sisi lain faktor sifat kebiasaan, familiar atau elemen bakat luar biasa yang ada pada setiap selebriti internet juga menjadi intipati kepada tuntutan hak milik posisi tempatnya atas penawaran dan permintaan khalayak masyarakat sendiri. Justeru subjek imejan yang digarap adalah terdiri daripada selebriti yang berlatarkan tokoh politik, agama dan nasional. Partisipasi figura ini ditempatkan





menerusi komposisi imejan dalam variasi ruang rupa bulatan yang bersifat titik polka. Konsep warna imejan diilhamkan dari konsep manisan atau gula-gula yang mempunyai perisa sebagai pemanis atau pencuci atau pembasuh mulut. Dalam makna yang tersirat pula konsep ini sebagai hidangan sedia ada bagi memilih figura selebriti internet yang benar-benar memenuhi kriteria dari soal adab, akhlak dan etika.

Sebagai pertimbangan akhir dalam penghasilan karya bahagian kelima ini adalah merujuk kepada persoalan ganjaran dan faedah yang bakal diperolehi oleh setiap selebriti internet yang ada. Justeru penilaian ini adalah bertitik tolak daripada pengaruh atau pengikut yang wujud menerusi kreadibiliti dan karektor figura berkenaan. Justeru subjek imejan yang digarap adalah terdiri daripada selebriti dalam konteks tokoh masyarakat yang memberi impak pada bidang kepakarannya tersendiri. Refleksi idea ini adalah muncul dari sikap, budaya dan mentaliti masyarakat dalam menerima siri algoritma dari platform viral untuk mencapai imbuhan, matlamat atau objektif mengikut acuan tertentu. Imejan tokoh digarap bersama imej popular 'The Beatles Abbey Road' yang dikonstruksi semula komposisi asal kepada dua arah yang berbeza dan mempunyai bayangan refleksi pada bahagian bawahnya. Perlambangan ini adalah simbolik kepada persoalan pengikut yang ada bersabitkan pengaruh premis, profesion atau produk dari selebriti internet yang diterjemahkan dengan rona hitam putih. Simbol teks perkataan 'pengaruh' juga dibuat secara terbalik atau memerlukan biasan sebagai cerminan diri bagi menilai isu fenomena viral ini sebagai suatu bentuk propaganda visual dan verbal dalam konteks semasa atau ia secara sebaliknya.

