



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh:

RAHMAD AMIN
NIM. 12140412805

PROGRAM STRATA 1 (S1)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU**

2025 M / 1446 H

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul **Fenomena Penggunaan Meme Dalam Dakwahtainment di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z** ditulis oleh:

Nama : **Rahmad Amin**
 NIM : 12140412805
 Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 16/Januari 2025

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Januari 2025

Ketua Penguji 1

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
 NIP. 19710612 199803 1 003

Penguji 3

Dr. Rahman, M.Ag
 NIP. 19750919 201411 1 001

Sekretaris/Penguji 2

Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I
 NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji 4

Perdamaian, M.Ag
 NIP. 19621124 199603 1 001

Mengetahui
 Dekan,
 Kuasa Dekan,



Prof. Dr. Masduki, M.Ag
 NIP. 19710612 199803 1 003

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Diindungi Undang-Undang
 Hak Cipta
 Universitas of Sultan Syarif Kasim Riau



**FENOMENA PENGGUNAAN MEME DALAM DAKWAHTAIMENT DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA GENERASI Z**

Disusun oleh :

Rahmad Amin
NIM. 12140412805

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal: 7 Januari 2025

Pekanbaru, 9 Januari 2025
Pembimbing

Nur Alhidayatillah, M.Kom.I
NIP. 19900313 202321 2 051

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rahmad Amin
NIM : 12140412805
Judul : Fenomena Penggunaan Meme Dalam Dakwahtainment di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Mei 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

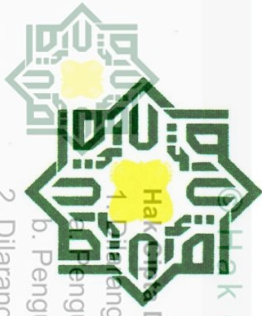
Pekanbaru, 19 November 2024
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

Penguji II,

Pipir Romadi, S.Kom.I, M.M
NIP. 130 421 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 9 Januari 2025

Lampiran : 1 Berkas
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di
Tempat

Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : **Rahmad Amin**
NIM : 12140412805
Prodi : Manajemen Dakwah

Dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **Fenomena Penggunaan Meme Dalam Dakwahtainment Di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z**. Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam

Pekanbaru, 9 Januari 2025
Pembimbing,


Nur Alhidayatillah, M.Kom.I
NIP. 199003132023212051

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Khairuddin, M.Ag
NIP. 197208172009101002

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

4. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

6. Dilarang menggunakan gambar, foto, atau video yang melanggar hukum atau merugikan pihak lain.

7. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur SARA, pornografi, atau perjudian.

8. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur kekerasan, kebencian, atau ujaran kebencian.

9. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur penghinaan terhadap agama, bangsa, atau negara.

10. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan.

11. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan akademik.

12. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan tata tertib.

13. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

14. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

15. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

16. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

17. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

18. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

19. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.

20. Dilarang menggunakan karya tulis yang mengandung unsur pelanggaran terhadap peraturan lain yang berlaku.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : **Rahmad Amin**
NIM : **12140412805**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang **Fenomena Penggunaan Meme Dalam Dakwahtaiment Di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z**. Adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Pekanbaru, 9 Januari 2025
 Yang membuat pernyataan,



Rahmad Amin
 NIM. 12140412805

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Fenomena Penggunaan Meme Dalam Dakwahtainment Di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z”. Shalawat beserta salam semoga bisa tersampaikan kepada Nabi terakhir yaitu baginda Rasulullah SAW dan para sahabat yang senantiasa selalu istiqomah sampai akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa sejak proses awal hingga selesainya penulisan skripsi ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan serta dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi bisa terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada Ayahanda Sutrisno dan Ibunda sabda, yang tidak kenal lelah dan telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang serta motivasi dan doa yang luar biasa tiada henti untuk penulis dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1).

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk melengkapi persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan gelar sarjana sosial (S.Sos) di program studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Selanjutnya tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Prof Dr. Imron Rosidi, M.A, Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku PJ Wakil Dekan II dan Dr. Arwan M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
4. Khairuddin, M.Ag selaku ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I selaku Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Nur Alhidayatillah M. Kom. I, sebagai dosen pembimbing dan penasehat akademik yang selalu meluangkan waktu, memberikan motivasi, masukan, bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
7. Bapak dan ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Dipersembahkan khusus kepada orang tua yakni Ibu dan Ayah serta Kakak dan keluarga yang selalu mencurahkan seluruh cinta, restu, dorongan, serta do'a yang tanpa henti-hentinya dalam penulisan skripsi ini.
9. Ucapan Terimakasih kepada Aini Nabillah dan Farhan Lendrian yang telah membantu serta mendukung secara penuh dalam proses penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Dakwah Kelas B Angkatan 2021 yang telah berjuang dari awal kuliah sampai menyelesaikan penelitian ini yang selalu memberikan support serta pengetahuan bagi penulis.
11. Ucapan terimakasih kepada semua pihak terlibat lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi masyarakat banyak.

Aamiin Yaa Rabbal'alaamiin
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekanbaru, 7 Januari 2025

Rahmad Amin
NIM. 12140412805



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Sistematika Penulis	6
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Terdahulu	7
B. Kajian Teori	10
C. Kerangka Pikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Sumber Data Penelitian.....	25
D. Informan Penelitian.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Validitas Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Profil Meme Dakwah.....	30
B. Postingan Meme Dakwah di Instagram	30
C. Akun Instagram	35
D. Prosedur Penggunaan Instagram.....	36
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan.....	54
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	26
------------------------------------	----



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	23
Gambar 4.1 Postingan Meme di Instagram.....	31
Gambar 4.2 Postingan Meme Dakwah	32
Gambar 4.3 Postingan Meme Dakwah	32
Gambar 4.4 Postingan Meme Dakwah	32
Gambar 4.5 Postingan Meme Dakwah	32
Gambar 4.6 Postingan Meme Dakwah	33
Gambar 4.7 Postingan Meme Dakwah	33
Gambar 4.8 Postingan Meme Dakwah	33
Gambar 4.9 Postingan Meme Dakwah	33
Gambar 4.10 Postingan Meme Dakwah	34
Gambar 4.11 Postingan Meme Dakwah	34
Gambar 4.12 Akun Instagram Meme Dakwah	35
Gambar 5.1 Interaksi pada Postingan Meme Dakwah	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena media sosial saat ini dipenuhi dengan postingan-postingan berupa gambar dan tulisan dengan gaya menggelitik yang diambil dari suatu kejadian atau peristiwa dan berbagai isu. Postingan-postingan tersebut disebut dengan meme (dibaca mim). Meme sendiri merupakan sebuah ide yang disampaikan melalui gambar, teks gambar atau video yang dihasilkan si kreatornya itu sendiri (Ririen, 2007). Pada zaman sekarang meme dibuat tidak hanya semata-mata sebagai lelucon yang dinikmati. Perkembangan membuat meme sebagai gaya komunikasi yang baru yang mengandung pesan, saran, kritik dan sindiran yang berbentuk teks gambar ataupun video yang berbentuk struktur sehingga membentuk akan norma atau stereotype kebiasaan yang dianut kelompok yang ada dimedia tersebut (Sandi Allfiansyah, 2016). Munculnya meme dilatar belakangi dari berbagai kepentingan individu, kelompok, atau golongan. Banyak da'i atau masyarakat yang menggunakan meme sebagai media untuk berdakwah melalui platform-platform digital atau media sosial yang nantinya bisa di bagikan ke pengguna platform lainnya sehingga bisa menjadi "Viral".

Meme merupakan bagian dari *dakwahtainment*. Gagasan *dakwahtainment* mungkin terdengar agak asing bagi kita, *dakwahtainment* berasal dari penggabungan bahasa Arab yang berupa dakwah dan bahasa Inggris yang berupa *tainment* yang pada aslinya adalah kalimat *entertainment* yang mempunyai arti hiburan. seruan, panggilan, undangan. Selain itu terdapat varian makna dari Etimologi Dakwah yaitu do'a. Pada praktiknya dakwah sama dengan penyebaran Islam yang dalam perspektif Islam yakni dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam untuk selalu mengajak orang lain untuk beribadah kepada Allah. Jadi *dakwahtainment* adalah penyebarluasan Islam agar ada perubahan untuk menuju dalam kehidupan yang lebih Islami dengan menggabungkan dengan unsur hiburan, pementasan di dalamnya.

Dakwahtainment bukan hanya melalui media televisi semata, karena bisa juga menggunakan media-media lain baik media massa maupun media tradisional. *Dakwahtainment* juga bisa didefinisikan sebagai suatu konsep yang memadukan penyebaran Islam ke dalam bentuk-bentuk siaran yang berbentuk hiburan, seperti yang tak terhitung jumlahnya yang memungkinkan jutaan pemirsa di rumah untuk menontonnya (Sofjan, 2013).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penggunaan meme sebagai medium dakwah di Instagram tidak terlepas dari berbagai motif yang melatarbelakanginya, baik dari sisi kreator konten maupun audiensnya. Para kreator konten dakwah memiliki beragam motivasi dalam menggunakan format meme, mulai dari keinginan untuk menyebarkan ajaran Islam dengan cara yang lebih relevan bagi generasi muda, hingga upaya untuk meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan dakwah mereka. Sementara itu, dari sisi audiens, khususnya generasi Z, terdapat berbagai motif yang mendorong mereka untuk mengonsumsi dan membagikan konten dakwah dalam format meme (Nasrullah, 2018). Generasi Z, yang lahir dan tumbuh di era digital, memiliki karakteristik unik dalam mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten digital. Mereka cenderung lebih tertarik pada konten yang bersifat visual, ringkas dan menghibur, namun tetap memberikan nilai tambah dalam kehidupan mereka. Penggunaan meme dalam dakwah dapat dipseorangng sebagai respons terhadap preferensi generasi Z ini, di mana pesan-pesan keagamaan dikemas dalam format yang sesuai dengan cara mereka memproses dan memahami informasi (Fathoni, 2023).

Meskipun penggunaan meme dalam *dakwahtainment* telah menjadi tren yang semakin populer, pemahaman mendalam tentang motif-motif yang melatarbelakangi fenomena ini masih terbatas. Mengidentifikasi dan menganalisis motif-motif tersebut menjadi penting untuk memahami dinamika dakwah kontemporer di era digital, serta implikasinya terhadap efektivitas penyampaian pesan-pesan keagamaan kepada generasi Z. Hal ini juga dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif di masa depan (Rahmawati, 2023).

Penelitian tentang motif penggunaan meme dalam *dakwahtainment* ini menjadi semakin relevan mengingat peran penting media sosial dalam membentuk cara generasi Z memahami dan menghayati ajaran agama. Pemahaman yang komprehensif tentang motif-motif tersebut tidak hanya akan memberikan kontribusi teoritis dalam bidang komunikasi dakwah, tetapi juga dapat menjadi lseorangsan praktis bagi para pelaku dakwah dalam mengoptimalkan penggunaan meme sebagai medium dakwah yang efektif untuk menjangkau generasi Z. Mengacu pada permasalahan di atas tentang motif yang melatarbelakangi penggunaan instagram khususnya Generasi Z dalam menggunakan meme dakwah di Instagram sehingga penulis tertarik meneliti mengenai”**Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtainment* di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z**”.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya penyimpangan dan kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtaiment* di media Sosial Instagram maka peneliti dapat menegaskan dengan memberikan batasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Istilah-istilah yang dijelaskan berikut:

1. Fenomena

Fenomena berkonsentrasi pada pengalaman pribadi termasuk bagian individu yang memberikan pengalamannya satu sama lain. Pada dasarnya, fenomena merupakan tradisi untuk mengeksplor pengalaman manusia, yang dalam konteksnya manusia aktif memahami dunia sekelilingnya sebagai suatu pengalaman dan menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi makna terhadap sesuatu yang dialami dengan istilah lain yaitu tindakan yang menuju pemaknaan atau pemahaman merupakan suatu tindakan. Fenomena dalam konteks penelitian ini merujuk pada gejala atau peristiwa yang terjadi dan dapat diamati secara empiris terkait dengan penggunaan meme dalam kegiatan dakwah yang dikemas dengan unsur hiburan (*dakwahtaiment*) dan sering di gunakan oleh pengguna instagram khususnya generasi Z.

2. Meme

Meme berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu “*mimeme*” yang berarti imitasi atau tiruan. Dalam unsurnya terdapat dua unsur yakni verbal dan visual yang saling terhubung satu sama lain. Dari variabel meliputi: monolog dan dialog. Sedangkan visual/tulisan meliputi gambar, foto, atau karakter. Pada masa sekarang meme dipahami sebagai bentuk modifikasis ekspresi dari sebuah gambar atau video yang sama namun memberikan makna yang berbeda. Meme merupakan konsep budaya yang menyebar dari satu orang ke orang lain melalui media internet, biasanya berupa gambar, video, atau teks yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan tertentu secara jenaka atau satir. Dalam konteks penelitian ini, meme yang dimaksud adalah meme-meme yang dikemas dalam *dakwahtaiment* yang di gunakan oleh generasi z di Instagram.

3. Dakwahtaiment

Sofjan & Hidayati (2013) mengemukakan bahwa *dakwahtaiment* berasal dari gabungan kata dalam bahasa Arab, dakwah yang artinya ajakan, seruan . Dan juga kata dalam bahasa Inggris *tainment* yang berasal dari kata *entertainment* yang berarti hiburan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penggunaan istilah serupa bisa kita temukan dalam ranah Pedagogis yakni *edutainment*, sebuah konsep yang menggabungkan antara pendidikan dan hiburan. *Dakwahtainment* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah meme yang berisi nilai-nilai islami dan dikemas dalam bentuk hiburan yang menarik dan digunakan oleh generasi Z di media sosial instagram.

4. Media Sosial Instagram

Konsep media sosial atau situs jejaring sosial sudah muncul sejak 1968. Dalam esai yang ditulis J. C. R. Lickider dan Robert WTaylor pada 1968 berjudul *The Computer as Communication device* dikemukakan adanya komunitas interaktif online yang berisi orang-orang secara geografis terpisah dan mereka ada yang bekerja berkelompok dan bekerja sendiri, namun memiliki minat yang sama. Mereka mengatakan “seseorang tidak perlu berkirim surat atau telegram, tetapi sekedar mengenal orang yang file-nya akan terhubung dengan seseorang” (Nurudin, 2012).

Media sosial dapat diartikan dengan sebuah perantara untuk menghubungkan aktivitas sosial melalui jejaring online antar individu. Melalui media sosial orang saling bertukar informasi dan hiburan. Bahkan informasi yang belum disajikan pada media lainnya sudah lebih dahulu tersaji di media sosial. Orang-orang mampu dengan cepat menyebarkan foto, video maupun dokumen-dokumen lainnya melalui media sosial. Media sosial kini mengubah bagaimana manusia hidup (Bimo Mahendra, 2017).

Menurut Atmoko Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik instagram sendiri. Di dalamnya terdapat fasilitas yang menunjang foto tersebut seperti filter untuk mengedit foto atau menambahkan stiker, teks dan lain-lain. Media sosial ini dapat dengan mudah untuk mencari teman dengan cara mengikuti teman yang memiliki akun dan akun lain juga dapat mengikuti akun kita (Reni Ferlitasari, 2022).

5. Generasi Z

Generasi ini dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh dengan akses yang leluasa terhadap teknologi digital dan internet sejak kecil. Mereka merupakan pengguna aktif media sosial dan platform digital lainnya (Francis & Hoefel, 2018).



Dalam konteks penelitian ini, generasi Z menjadi sasaran utama dari upaya dakwahtainment menggunakan meme, dengan mempertimbangkan karakteristik mereka sebagai generasi muda yang akrab dengan budaya digital dan konten-konten visual yang populer di media sosial. Generasi Z yang di maksud adalah Generasi Z yang aktif mennggunakan meme dakwah di media sosial Instagram.

C. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang dan penegasan istilah yang dijelaskan peneliti, maka peneliti berupaya menjawab rumusan masalah bagaimana Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtainment* di Media Sosial Instagram Generasi Z?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini hadir dari adanya rumusan masalah diatas yaitu untuk mengetahui bagaimana Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtainment* di Media Sosial Instagram Generasi Z?

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari adanya penelitian Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtainment* di Media Sosial Instagram Pada Generasi Z bagi Gen Z yaitu:

1. Kegunaan akademis

- a. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana sosial pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Untuk memberikan referensi tambahan yang luas Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtainment* Di Media Sosial Instagram?
- c. Dapat memberikan kontribusi tambahan pada bidang keilmuan dan sebagai sarana dalam memperluas teori dan metode yang digunakan.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini anak muda terkhususnya muda mudi generasi Z dapat berperan aktif dalam mensyiarkan dakwah hingga ke berbagai kalangan melalui *dakwahtainment* dan memberikan warna baru dalam gerakan dakwah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Sistematika Penulisan

Untuk mencapai pembahasan yang sistematis, penulis perlu mensistematisasikan hasil penelitiannya agar dapat disajikan dengan cara yang mudah dipahami.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, batasan masalah, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dan mendasari permasalahan yang diteliti, antara lain: Penelitian Terdahulu, Lseesorangan Teori dan Kerangka Pemikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian dijelaskan dalam bab ini, Penelitian digunakan sebagai alat penelitian untuk membuat kajian yang sistematis. Dikategorikan menjadi desain penelitian, jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab gambaran umum penelitian ini berisi tentang profil meme dakwah, postingan meme di instagram.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian pada penggunaan meme sebagai dakwahtaiment di media instagram bagi generasi z.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Untuk menghindari sebuah kesamaan dalam penelitian baik dari segi judul maupun isi. Untuk itu peneliti memberikan batasan permasalahan sehingga menjadi sebuah pembeda dan pembaharuan dengan peneliti terdahulu. Pada kajian terdahulu ini, peneliti akan menjelaskan kajian terdahulu dalam bentuk skripsi ataupun jurnal yang memiliki kesamaan dalam topik penelitian ini. Beberapa penelitian yang relevan dengan pembahasan peneliti ini yaitu:

Penelitian pertama, oleh Zahwa 2023 pada skripsi berjudul “Meme di Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual Tentang Budaya Generasi Z Melalui Akun Literally.House)”. Penelitian ini membahas Keberadaan meme di Instagram menjadi menarik untuk diteliti karena meme menjadi medium baru dalam berkomunikasi khususnya bagi para Gen Z yang mengekspresikan diri mereka, yang mana meme itu menjadi konten humor yang berisi pesan baik itu satire, sarkas, maupun edukasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif dengan metode Etnografi Virtual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan dari Literally.house menggunakan meme sebagai sarana dalam menyampaikan informasi karena ingin menunjukkan identitasnya sebagai media yang berbeda dalam menyampaikan informasi dengan menggunakan sudut peseorangnya sendiri dengan menyisipkan humor tetapi tanpa menghilangkan esensi dari informasi itu sendiri. Meme dapat lebih mudah dipahami dan sederhana sehingga informasi tersebut dapat menyebar secara luas dan cepat. Penelitian ini membahas bagaimana budaya generasi Z dalam mengkonsumsi meme. Sedangkan dalam penelitian ini penulis membahas mengenai bagaimana meme dalam *dakwahtainment* di kalangan generasi Z.

Penelitian kedua, oleh Dyah Titi Sumpenowati 2022 pada skripsi berjudul *Dakwahtainment di Kalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube VDVC Religi)*. Penelitian ini membahas bagaimana *channel* youtube VDVC Religi membingkai (mengemas) *dakwahtainment* di kalangan generasi Y dan Z?. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis analisis framing. Analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana media membingkai suatu realitas, dan jenis analisis framing yang digunakan adalah analisis framing Robert N. Entman. VDVC Religi merupakan salah satu *channel* youtube dakwah yang menerapkan konsep *dakwahtainment* dalam konten dakwahnya yakni program “Kata Ustadz”.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VDVC Religi mengemas dakwahnya dengan kekinian menyesuaikan dengan karakteristik generasi Y dan Z, yakni dengan menyajikannya dalam bentuk *sosial experiment* dan *reaction video* yang membahas realitas dan persoalan generasi Y dan Z. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana sebuah konten video di kemas dengan *dakwahtainment* menggunakan analisis framing sedangkan dalam penelitian ini penulis fokuskan mengenai bagaimana sebuah meme dalam dakwahtainment dan bagaimana pseorangngan generasi Z.

Penelitian Ketiga, oleh Elma Muflihatul Zanah 2021 pada skripsi berjudul “Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotik pada Postingan Komunitas Facebook “Meme Dakwah Islam)”. Penelitian ini membahas Bagaimana pemaknaan atas meme komik dalam postingan Komunitas Facebook “MDI” dalam perspektif Charles Sanders Peirce?. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori semiotik milik Charles Sanders Peirce, yang memaparkan mengenai pikiran manusia dan batas tseorang, sistem tiga dimensi atau segitiga triadik dan relativitas mengenai tiga tipologi atau taksonomi tseorang. Hasil dari penelitian ini ditemukan segitiga makna (*triangle meaning*) yang berisi tiga tipe tseorang yaitu ikon, indeks dan simbol. Materi yang diposting sebagian besar berisi tentang materi dakwah, yang terdiri dari materi tentang akidah, akhlak, muamalah dan syari’ah. Dalam meramu materi, setiap kreator meme mengambil referensi dari serial kartun, film, video musik hingga tokoh terkenal. Sebagian besar meme yang dibuat memiliki pengaruh dari peristiwa dan isu-isu terkini yang menarik dan relevan. Penelitian ini membahas bagaimana meme komik di gunakan sebagai media dakwah sedangkan dalam penelitian ini penulis fokuskan membahas mengenai fenomena meme dalam *dakwahtainment* di kalangan generasi Z.

Penelitian Keempat, oleh Aditya Nugraha 2015 pada jurnal berjudul Fenomena Meme di Media Sosial : Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram. Penelitian ini membahas membahas fenomena meme dalam media sosial Instagram. Penelitian ini bersiat kualitatif dengan studi etnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan ada lima motif yang melatar belakang pengguna Instagram dalam melakukan aktivitas posting meme, yakni motif ingin tahu, motif menghibur, motif cinta, motif ekspresi, dan motif harga diri. Selain itu, dalam memaknai aktivitas posting meme yang dilakukan oleh pengguna Instagram, peneliti menemukan tiga poin utama, yaitu merasa diperhatikan followers, merasa memberikan informasi pada followers, serta mendapatkan pengalaman baru.



Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa meme merupakan salah satu fenomena penyampaian pesan dalam bentuk baru dengan menggabungkan bahasa verbal dengan komunikasi nonverbal (ekspresi). Penelitian ini membahas fenomena meme dalam media sosial Instagram. Sedangkan dalam penelitian ini penulis membahas mengenai fenomena meme yang di kemas dalam *dakwahdaitaiment* di kalangan generasi Z.

Penelitian Kelima, Puji Asmiati tahun 2019 skripsi berjudul *Meme Tuman Di Media Sosial: Analisis Semiotika Roland Barthes*. Dalam penelitian tersebut disimpulkan meme tuman merupakan sebuah sindiran atau kritik yang disampaikan oleh karakter yang berkepala botak yang menampar satu karater yang sama, di dalamnya terdapat teks sindiran, peneliti memperdalam makna teks dan gambar tersebut menggunakan makna konotasi, makna denotasi, dan makna mitos. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu metode yang menggunakan kajian pustaka atau *Library Research*, atau bisa dikatakan sebagai penelitian yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah sosial yang di dasarkan metodologinya. Hasil dari penelitian ini yang mana terdapat beberapa makna yaitu: tentang tseseorang, penseseorang dan petseseorang meme dan tiga makna, pertama, makna denotasi atau makna asli, yaitu untuk mengingatkan seseorang. Kedua, makna konotasi atau makna kiasan, yang terdapat dalam meme tersebut adalah terdapat suatu pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain dengan tujuan menyindir dan mengkritik, dengan menggunakan humor bekala. Ketiga, makna mitos yang ada pada meme tersebut adalah tentang konvensi tata nilai menegor dengan menggunakan guyonan. Dalam penelitian yang dilakukan Puji Astuti memiliki keterkaitan diantaranya adalah mengenai “Meme & nilai-nilai pesan dakwah” dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes melalui media sosial Instagram. Sedangkan dalam penelitian ini penulis fokuskan mengenai pembahasan meme yang tersebar di berbagai media sosial instagram di kemas dalam *dakwahdaitaiment* dikalangan generasi Z.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Landasan Teori

Pada penelitian “Fenomena Penggunaan Meme Dalam Dakwahtainment Di Media Sosial Instagram pada Generasi Z?” membahas tentang fenomena penggunaan meme dalam *dakwahtainment*. Untuk itu perlunya beberapa teori, yaitu:

1. Fenomena

Istilah Fenomenologi Secara etimologis berasal dari kata fenomena dan logos. Fenomena berasal dari kata kerja Yunani, yaitu “*phainesthai*” yang artinya menampak, dari sinonim kata dari kata fantasi, fantom dan fosfor yang artinya sinar atau cahaya. Berdasarkan kata tersebut maka terbentuk kata kerja, yaitu “*tampak*” terlihat karena bercahaya. Dalam Bahasa Indonesia diartikan “Cahaya”. Secara harfiah fenomena diartikan sebagai gejala atau sesuatu yang menampakkan. Donny (2005) menuliskan fenomenologi adalah ilmu tentang esensi-esensi kesadaran dan esensi ideal dari obyek-obyek sebagai korelasi dengan kesadaran. Fenomenologi juga merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menyelidiki pengalaman manusia.

Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan Langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan apriori/prasangka, dan tidak dogmatis. Dalam memahami fenomenologi terdapat beberapa konsep dasar yang perlu dipahami, antara lain konsep fenomena, *epoche*, konstitusi, kesadaran, dan reduksi. Selanjutnya menurut Moleong (2007) Fenomenologis mengacu pada kenyataan, atau kesadaran tentang sesuatu benda secara jelas, memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu, untuk memahaminya dimulai dengan diam. Para fenomenologis berasumsi bahwa kesadaran bukanlah dibetuk karena kebetulan oleh sesuatu hal yang lain daripada dirinya sendiri.

Fenomena berasal dari kata Yunani “*phaenesthai*” yang artinya memunculkan, meninggikan, dan menunjukkan dirinya sendiri. Dikutip dari Heidegger dalam Moustakas, fenomena juga berasal dari kata “*phaino*” yang artinya membawa cahaya, menempatkan pada terang-benderang, menunjukkan diri di dalam dirinya sendiri dengan totalitas. Fenomena adalah sebuah tampilan dari objek maupun dari sebuah peristiwa yang muncul dalam kesadaran. Husserl memerseorangi fenomena sebagai sebuah realitas yang menampakkan dirinya sendiri pada manusia (Hasbiansyah, 2005).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Meme

Kata “meme” berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu “*mimeme*” yang berarti sesuatu yang meniru atau menyerupai. Istilah lain “meme” berarti memori. Seiring perkembangannya kata meme dicetuskan oleh genetika dari Oxford University yaitu Richard Dawkins, dalam bukunya yang berjudul “*The Selfish Gene*”, ia mencetuskan penyingkatan kata dari kata “*mimeme*” menjadi “meme”, perubahan tersebut didasari karena idea atau gagasan budaya yang ditransmisikan dari satu orang ke orang lain seperti halnya ciri penggseseorangan gen dalam ilmu biologi. Kata meme terbentuk dari padanan kata yang bersuku satu layaknya kata “gen”(Christiany Juditha, 2015).

Dawkins mengemukakan bahwa meme juga sebagai unit informasi yang berada di otak yang dibuat berdasarkan idea atau gagasan masing-masing individu, lalu menghasilkan prodak meme yang membedakan wujud dari apa yang dinyatakan dan diamati. Meme dapat memepengaruhi akal budi manusia sehingga menimbulkan suatu kegiatan dan penciptaan meme kembali. Penyebaran meme kembali dengan cara replikasi atau meniru dari meme yang sebelumnya melalui gagasan tertentu sehingga membentuk pola yang berulang-ulang yang kemudian menjadi pola kebudayaan dalam skala besar. Tidak hanya mereplikasi dirinya sendiri, meme juga melakukan perubahan dari waktu ke waktu, disisi lain meme juga mempertahankan dirinya dari meme-meme baru yang bermunculan. Dawkins juga mengungkapkan terdapat evaluasi kebudayaan dalam kehidupan manusia, dan meme menjadi repliykatornya (Muhammad Syaiful Munir, 2019).

Meme juga merupakan penyampaian ekspresi dalam suatu idea gagasan mapun informasi yang dituangkan dalam bentuk gambar maupun video melalui proses editing kemudian menghasilkan suatu gambar atau video baru yang mirip namun dengan cerita yang berbeda. Dilihat dari konteks budaya visul, *creator* memodifikasi meme dengan melengkapi foto atau gambar dan penambahan teks sesuai dengan konteks informasi yang akan disampaikan. Kemudian disebarakan melalui internet di media sosial dengan cara me repost, retweet, dan share di media sosial. Hal ini memberikan ruang yang besar untuk creator terus menghasilkan meme, sehingga evolusi budaya visual menjadi berjalan dengan cepat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Banyak sekali versi meme yang tersebar di media sosial, beberapa meme tersebut meliputi:

a. Meme Kritik atau Teguran

Meme kritik atau teguran merupakan sebuah meme yang di buat dan bertujuan untuk mengkritik suatu pendapat yang dianggap tidak sesuai dengan kenyataan dan juga tidak sesuai dengan norma, kode etik dan juga tidak sempurna, meme jenis kritikan tersebut telah menggabungkan sebuah gambar dengan teks sindiran dengan maksud mengkritik ataupun menegur.

Selain itu meme versi kritik dan teguran ini di ambil dari sesuatu yang sedang menjadi perbincangan di masyarakat, yang di dominasi ketidaksukaan masyarakat pada suatu masalah dan menjadi keresahan (Muh Ilham, 2017).

b. Meme Parodi

Meme parodi ini adalah salah satu meme menggunakan metode bahasa yang seringkali dipergunakan untuk membuat efek-efek bahasa visual tertentu. Parodi juga merupakan suatu bentuk visual imitasi yang di dalamnya telah mengandung beberapa unsur ironi. Selain itu parodi juga merupakan struktural antara dua teks yang berbentuk sebuah relasi, atau bisa disebut teks baru yang menghasilkan sesuatu yang berkaitan dengan teks rujukan yang memiliki bersifat serius.

Saat ini parodi dapat disebut sebagai sebuah wacana yang kemudian berupaya untuk mempertanyakan kembali subjek penciptanya sebagai sumber dari makna itu sendiri. Parodi dapat menyiratkan suatu upaya yang digunakan dalam berdialog dengan masa lalu dan sejarah. Parodi saat ini telah berkembang dan kemudian akan merujuk pada seperangkat ideologis dari beberapa kode. Dalam parodi juga terdapat ruang untuk mengkritik dan mengungkapkan sesuatu yang dianggap tidak ada kepuasan atau juga bisa mengkritik ungkapan yang sertai dengan humor belaka. Oleh karena itu, untuk sebuah sindiran, kritikan, plesetan, kecaman, main-main, dan olok-olok yang tidak jarang telah dijadikan sebuah titik awal dimana parodi dibuat. Karena dalam parodi itulah salah satu strategi parodi visual yang merupakan sebuah relasi visual atau gambar dan makna yang kemudian dari teks tersebut akan menghasilkan sebuah komposisi maupun dalam makna yang baru (Yasraf Amir, 2011).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Meme Motivasi

Meme motivasi ini merupakan sebuah meme yang mempunyai tujuan yang mulia, seperti halnya memberikan semangat untuk seseorang mengenai hal-hal yang positif yang tidak bertentangan dengan norma-norma kehidupan. Dalam meme tersebut selain mengandung unsur lucu sekaligus menjadi bahan introspeksi diri sendiri atas kelaluan buruk yang sudah dilakukan.

d. Meme Sosial dan Politik

Meme yang tersebar luas dalam media sosial kini tidak hanya menyinggung lelucon saja, namun dalam meme tuman ini ada hubungannya dengan perilaku para politisi di tahun politik saat ini. Seolah- oleh meme tuman ini menyindir perilaku salah satu politisi yang terus menerus terulang. Perilaku politisi yang ternyata juga memiliki kemiripan dengan meme tuman, seperti perilaku politisi yang suka berbohong, membuat hoax dan memfitnah.

e. Meme Remaja dan Percintaan

Meme versi remaja dan percintaan merupakan meme yang isinya berhubungan dengan masa-masa di mana seseorang mulai mengenal sebuah perasaan cinta dan kasih sayang, pada usai remaja seseorang akan mulai tumbuh rasa suka pada lawan jenis, untuk mengungkapkan rasa cinta atau sukanya para remaja cenderung memulainya dengan perlahan, dengan menggunakan sebuah gambar berupa kode atau simbol tertentu. Meme remaja dengan tema percintaan ini adalah sebuah meme yang seringkali digunakan para remaja yang menghubungkan dengan perasaan cinta. Meme percintaan yang terdapat di media sosial berisikan sebuah ungkapan rasa suka dari seseorang yang akan ditujukan untuk orang lain, dengan menggunakan kata-kata romantis yang menggetarkan hati, yang biasa disebut dengan gombalan-gombalan atau juga bisa ungkapan yang tulus dari lubuk hati yang paling dalam (Muh Ilham, 2017).

Perdebatan mengenai konsep meme sudah terjadi sebelum era digital, dan kemudian internet menyebarkan meme menjadi luas sehingga istilah “meme” tidak asing bagi telinga setiap orang. Meme internet sendiri diartikan sebagai segala hal, baik berupa gambar, foto, video yang disebarluaskan dalam masyarakat siber sehingga menjadi budaya khayalak di dunia maya. Kemunculan idea tau gagasan meme biasanya diambil dari suatu kejadian tertentu yang menarik, lucu, dan khas. Meme internet tersebar dalam berbagai media dan platform. Singkatnya, meme internet



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diartikan sebagai fenomena gaya komunikasi baru yang tersebar dari satu orang ke orang lain secara online sehingga budaya dalam skala besar. Dalam penelitian ini, membahas produk dari budaya siber yang bersifat visual dalam bentuk video (Christiany Juditha, 2015).

Meme dibangun berdasarkan realitas citra dari foto atau video sebelumnya, kemudian merekonstruksi dan mereyaka diri pada imaji penerima dengan realitas buatan. Dengan tujuan untuk menyampaikan muatan-muatan informasi yang ingin disampaikan penciptanya melalui gaya yang khas.

Meskipun penciptaan meme memerlukan ide dan kreativitas namun pada kenyataannya meme lebih dimaknai sebagai proses komunikasi ketimbang proses karya seni (Muhammad Syaiful Munir, 2019).

3. Dakwahtainment

Gagasan *dakwahtainment* mungkin terdengar agak asing bagi kita, *dakwahtainment* berasal dari penggabungan bahasa Arab yang berupa dakwah dan bahasa Inggris yang berupa *tainment* yang pada aslinya adalah kalimat *entertainment* yang mempunyai arti hiburan. seruan, panggilan, undangan. Selain itu terdapat varian makna dari Etimologi Dakwah yaitu do"aa. Pada praktiknya dakwah sama dengan penyebaran Islam yang dalam perspektif Islam yakni dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam untuk selalu mengajak orang lain untuk beribadah kepada Allah. Jadi *dakwahtainment* adalah penyebarluasan Islam agar ada perubahan untuk menuju dalam kehidupan yang lebih Islami dengan menggabungkan dengan unsur hiburan, pementasan di dalamnya. *Dakwahtainment* bukan hanya melalui media televisi semata, karena bisa juga menggunakan media-media lain baik media massa maupun media tradisional. *Dakwahtainment* juga bisa didefinisikan sebagai suatu konsep yang memadukan penyebaran Islam ke dalam bentuk-bentuk siaran yang berbentuk hiburan, seperti yang tak terhitung jumlahnya yang memungkinkan jutaan pemirsa di rumah untuk menontonnya.

Dakwahtainment merupakan suatu konsep yang menggabungkan antara konsep dakwah agama Islam yang dipadukan dengan acara-acara hiburan yang menarik perhatian khalayak atau mad"u. Tentu saja dalam pelaksanaannya, program *dakwahtainment* telah melalui berbagai persiapan-persiapan yang dipandu oleh para eksekutif media, produser dan tim kreatif, yang selama penampilan acaranya menyuguhkan tidak hanya tuntunan tapi juga tontonan. Pembaruan dan improvisasi acara *dakwahtainment* selalu terus menerus



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan sebagai upaya memenuhi keinginan mad'u, atau untuk menarik minat mad'u untuk melihat acara tersebut (Riza Zahriyal 2016).

4. Motif

Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Motif berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti bergerak atau *to move*. Semua tingkah laku manusia yang melingkupi penggerak, alasan-alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Sintia Nur Hanifah, 2019).

Dennis McQuail mengatakan bahwa penyebab penggunaan media terletak dalam lingkungan sosial atau psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media digunakan untuk menanggulangi masalah tersebut (pemuasan kebutuhan).

Banyak motif yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media. Seperti yang diungkapkan oleh Papachirissi dan Rubin (2000) terkait lima motif penggunaan internet (Eureka Intan, 2016) yaitu,

a. *Interpersonal utility*

Motif ini adalah dorongan yang muncul untuk melakukan interaksi sosial dengan orang lain disekitarnya di ruang siber. Dalam hal ini terdapat beberapa varian, diantaranya, motif penyebaran informasi, motif pencarian bahan obrolan, motif adaptasi dengan lingkungan pertemanan, motif mengutarakan pendapat.

b. *Passing time*

Menurut Papacharissi dan Rubin (2000), motif melewatkan waktu diartikan sebagai dorongan untuk mengisi waktu luang yang dimilikinya. Terdapat dua konteks dalam hal ini, yang pertama adalah menghabiskan waktu luang karena terjadi hal-hal yang kurang nyaman, dalam artian pengguna melarikan diri dari momen tersebut. Yang kedua, tanpa adanya momen atau hal-hal yang membuatnya tidak menyenangkan, dan digunakan untuk mengisi waktu senggang.

c. *Information seeking*

Motif Information Seeking atau motif pencarian informasi merupakan dorongan untuk mencari dan mendapatkan informasi tertentu yang dibutuhkan seseorang. Terdapat beberapa varian dalam motif ini, yaitu, motif untuk mengetahui informasi terbaru, motif konfirmasi isu, motif pengawasan, motif pencarian bahan bacaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Convenience utility*

Motif kenyamanan ini merupakan dorongan yang menimbulkan kenyamanan dalam pengaksesannya. Artinya ketika seseorang menggunakan media tersebut muncul rasa nyaman hal tersebut didorong pula oleh factor-faktor lain.

e. *Entertainment*

Entertainment atau motif hiburan merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan hiburan atau kesenangan. Motif ini digunakan untuk melepaskan diri dari tekanan atau emosi-emosi negative

5. Presentasi Diri

Erving Goffman dalam karyanya *The Presentation in Everyday Life* mengatakan bahwa individu (aktor) mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri merupakan usaha yang dilakukan seseorang untuk menunjukkan atau menampilkan diri untuk menghasilkan sebuah citra diri sesuai dengan yang diinginkan. Dalam dunia virtual, presentasi diri terbentuk menjadi identitas virtual (*virtual idendtity*). Identitas terbentuk sangatlah bervariasi, akan berbeda-beda tergantung mediumnya (Jandy, 2011). Terdapat lima strategi dalam konstruksi presentasi diri diperoleh dari eksperimen terhadap situasi interpersonal, yaitu:

a. *Ingratiation*

Tujuan pengguna dengan strategi ini adalah agar disukai oleh orang lain. Karakteristik yang digunakan adalah dengan mengatakan hal positif tentang orang lain, atau mengatakan sedikit hal-hal negative tentang diri sendiri, untuk menyatakan kesederhanaan, keakraban dan humor

b. *Competence*

Tujuan dari strategi ini adalah agar dianggap terampil dan berkualitas. Karakteristiknya meliputi pengakuan tentang kemampuan, prestasi, kinerja, dan kualifikasi

c. *Intimidation*

Pengguna strategi ini bertujuan ingin memperoleh kekuasaan. Dengan karakteristik yang dimiliki adalah ancaman, pernyataan kemarahan, dan kemungkinan ketidaksenangan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Exemplification*

Strategi ini bertujuan agar pengguna dianggap secara moral lebih unggul atau memiliki seseorang moral yang lebih tinggi. Karakter umumnya adalah komitmen ideologis atau militansi, pengorbanan diri, dan kedisiplinan diri.

e. *Supplication*

Strategi ini bertujuan untuk merawat atau tampak tidak berdaya sehingga orang lain akan datang untuk membantu orang tersebut. Karakternya adalah memohon bantuan dan rendah diri.

6. Media Sosial Instagram

a. Pengertian Media Sosial

Menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). Menurut Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi do antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. (Kang Arul, 2017) Sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Maka dari itu, media sosial juga sudah mulai tampak menggantikan peranan media konvensional hampir dalam setiap lini kehidupan.

Dari beberapa definisi atau pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat untuk kita berekspresi, berkerja sama dan berkomunikasi dengan orang lain melalui media sosial secara virtual dimana kita tidak perlu bertatap muka untuk mendapatkan informasi atau menyampaikan informasi kepada orang lain.

b. Karakteristik Media Sosial

Dengan adanya teknologi ini, jarak tentunya bukan lagi menjadi kendala, tidak seperti cara-cara tradisional yang sangat kompleks dan mahal untuk dipasarkan. Tidak ada batasan geografis dalam metode pemasaran yang memanfaatkan media teknis. Sejak munculnya teknologi ini, berbagai cara baru untuk memasarkan dan mempromosikan produk dan jasa telah bermunculan, seperti penggunaan media sosial.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang memanfaatkan ideologi dan teknologi Web 2.0 untuk memungkinkan pengguna membuat atau berbagi informasi melalui aplikasi ini. Media sosial memberi orang kekuatan untuk menyebarkan informasi. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat. Terdapat perbedaan antara media sosial dengan media lainnya yang dapat dipahami melalui beberapa karakteristik dari media sosial tersebut, antara lain;

1) Jaringan

Kata jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*). Media sosial memiliki karakteristik jaringan sosial, media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet.

2) Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial, karena tidak seperti media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi lainnya berdasarkan informasi.

3) Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

c. Instagram

Salah satu jenis dari media sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya, termasuk pemilik Instagram sendiri. Nama Instagram berasal dari kata “instan”, sedangkan “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secepat mungkin. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah pengikut (*follower*) dan mengikuti (*following*). Setiap pengguna yang telah menjadi pengikut dan diikuti dapat saling berinteraksi misalnya dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengomentari unggahan, menyukai (*like*), dan berkomunikasi secara pribadi di fitur DM (*Direct Message*).

Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan istilah “foto instan”. Sesuai dengan asal nama dan logonya, Instagram juga bisa menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan kata “gram” yang berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Fungsi Instagram juga dapat mengirimkan informasi kepada orang lain berupa foto, video dan keterangan atau caption dengan cepat dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang dikirimkan bisa diterima dalam waktu yang cepat. Oleh karena itu, Instagram berasal dari kata instan-telegram.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lain, atau memiliki pengikut atau teman di akun Instagram miliknya. Instagram memiliki banyak fungsi, diantaranya adalah untuk mencari informasi berita terupdate, informasi hiburan, fashion, review tempat berkumpul yang sedang hits dikalangan anak muda, untuk mencari inspirasi, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya remaja (Nurudin. 2012).

7. Generasi Z

Pemahaman yang mendasari adanya pengelompokan generasi adalah adanya premis bahwa generasi merupakan sekelompok individu yang fase kehidupannya dipengaruhi oleh peristiwa bersejarah dan fenomena-fenomena budaya (Nobel, 2003). Berdasarkan pemikiran Howe & Strauss (2000) dibandingkan tahun kelahiran terdapat tiga atribut yang lebih mengidentifikasi generasi yaitu:

- a. *Percieved Membership*, yaitu persepsi individu terhadap kelompok dimana mereka tergabung terutama di masa remaja hingga dewasa muda,
- b. *Common belief & Behavior*, yaitu sikap terhadap karir, keluarga, kehidupan personal, politik, agama, dan pilihan-pilihan yang diambil terkait pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan,
- c. *Common location in history*, yaitu perubahan perseorangan politik, kejadian yang bersejarah, seperti perang, bencana alam yang terjadi di masa remaja hingga dewasa muda (Hadion Wijoyo, 2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Definisi dan Karakteristik Gen Z, atau yang disebut sebagai Generasi Z, adalah generasi yang lahir antara tahun 1996 hingga 2012 (Dimock, 2019). Mereka dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh dengan teknologi dan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan mereka (Stillman, 2017). Disebut juga *Igeneration*, generasi net atau generasi internet. Mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y namun, mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu. Contohnya, bermain twitter dengan ponsel, *browsing* dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset.

Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.

Terdapat dua kategori representasi diri Generasi Z yang pertama adalah influencer atau Generasi Z yang secara aktif mempengaruhi orang lain secara positif dengan menggunakan smartphone, internet, dan media sosial. Bagi mereka, perkembangan teknologi menjadi peluang yang memikat untuk menciptakan dan membuat karya-karya baru yang inovatif dan menjadi tren untuk mendapatkan penghasilan. Mereka membuat video blog (vlog), video tutorial, foto, dan lain sebagainya. Di sisi lain, para pengikutnya adalah Generasi Z yang memilih untuk menjadi pengikut Generasi Z lainnya dalam berkomunikasi di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategori ini hanya menggunakan media sosial untuk bersenang-senang. Beberapa dari mereka hanya menggunakannya untuk mengekspos kehidupan dan cerita pribadi mereka, seperti masalah keluarga dan curhat. Mereka percaya bahwa media sosial adalah tempat untuk bercakap-cakap dan memberikan komentar tentang tren yang tidak pantas dan tidak perlu. Beberapa motif yang menonjol dari Generasi Z dalam gaya komunikasi mereka adalah eksistensi diri, bentuk pertemanan, dan penghasilan tambahan (Tika Mutia, 2019).

8. Etnografi Virtual

Etnografi di internet merupakan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional, dan digunakan untuk mempelajari budaya dan praktek-praktek budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer (Zainal Abidin, 2018). Etnografi bukan sekadar mengeksplorasi catatan-catatan tentang artefak kebudayaan semata, melainkan juga meneliti lebih mendalam bagaimana artefak itu bisa ada dan berlaku di sebuah kelompok.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Etnografi virtual dijelaskan sebagai *ethnography in, of, and through the virtual* sehingga interaksi tatap muka atau *face to face* tidak menjadi satu-satunya cara berhubungan antara etnografer dengan entitas yang ditelitinya.

Etnografi tidak sekedar cara untuk melihat realitas budaya dalam kelompok atau untuk menggambarkan budaya semata. Namun metode ini juga menjelaskan masa lalu dan masa depan kelompok masyarakat itu. Dalam etnografi virtual juga menggunakan Analisis Media Siber yang merupakan perpaduan dan sekaligus memandu proses menganalisis etnografi virtual.

Dalam Analisis Media Siber (AMS) terdapat empat level analisis (Rully Nasrullah, 2018) yaitu,

- a. Level Ruang Media,

Level ini mengungkap bagaimana struktur maupun perangkat (regulasi dan prosedur) dari media sosial, seperti cara membuat akun, mempublikasikan konten, serta mengelola aspek-aspek dalam media sosial.

- b. Level Dokumen Media,

Level ini digunakan untuk melihat bagaimana isi berupa teks dan makna yang dipublikasikan melalui media sosial. Dalam hal ini teks dapat menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, perseorangan politik

- c. Level Objek Media,

Level ini melihat aktivitas dan interaksi pengguna maupun antar pengguna, baik dalam unit mikro maupun makro. Level ini merujuk pada teks maupun konteks yang berada di sekitar teks di media sosial

- d. Level Pengalaman Media,

Level ini sebagai jembatan penghubung antara dunia virtual dengan dunia nyata. Dalam level ini dapat melihat motif dan alasan yang melseorangsi pengguna dalam memanfaatkan dan mempublikasikan suatu teks pada media sosial.

Dari empat level analisis media siber di atas membuktikan bahwa di dalam etnografi virtual tidak hanya terbatas melihat realitas sosial-siber yang ada di online, namun terdapat realitas penghubung antara online dan offline yang tidak dapat dipisahkan menjadi realitas yang berbeda.

Dalam proses riset menggunakan etnografi virtual, ada beberapa prinsip dasar yang perlu ditekankan, (Rully Nasrullah, 2018) diantaranya:

- a. Keberadaan peneliti di lapangan virtual tidak sama dengan keberadaan peneliti di ranah offline. Internet bukan hanya menjadi medium berkomunikasi, tetapi juga menjadi tempat komunitas berada.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

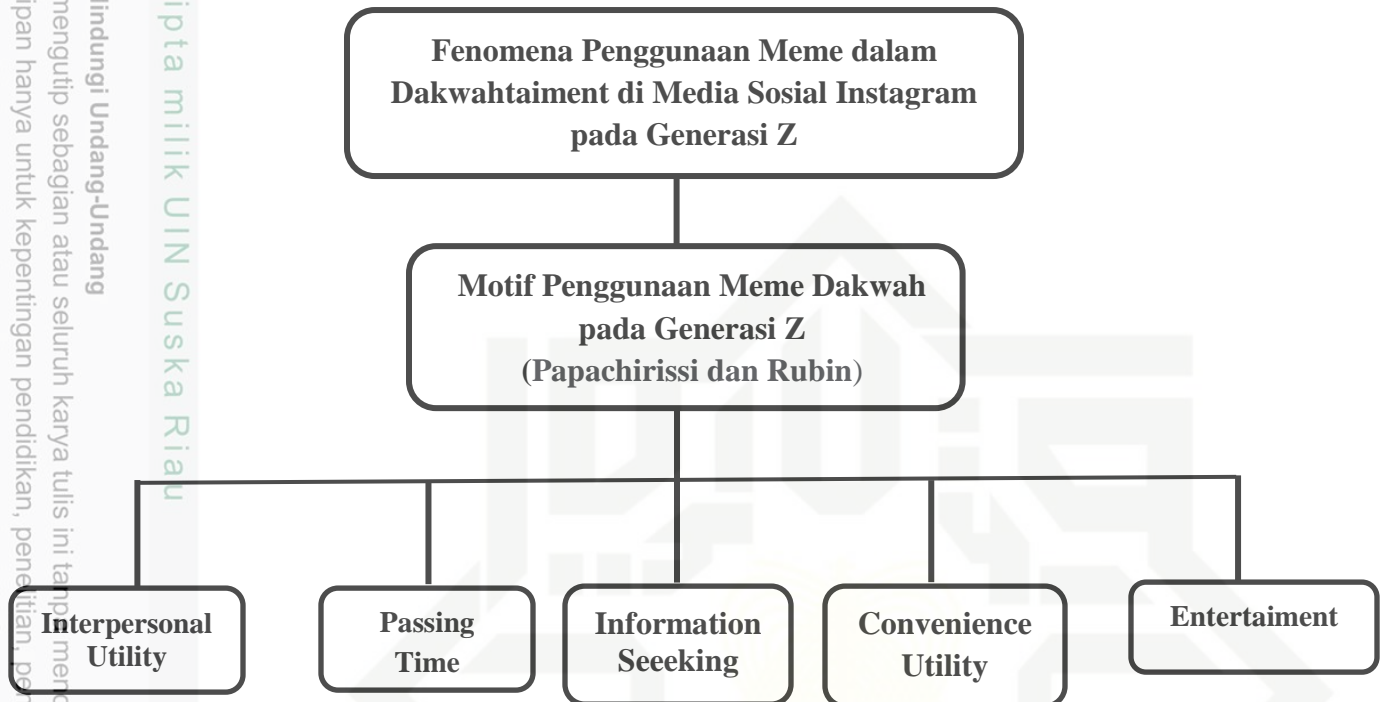
- b. Medium interaksi secara virtual dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi seperti android yang dapat mempengaruhi komunikasi dengan informan.
- c. Medium komunikasi berkembang dan memiliki beragam jenis, seperti, situs (web), papan pesan (*messenger*), media sosial, forum, dan sebagainya.
- d. Peneliti harus memahami lokasi dan koneksitas antar pengguna internet.
- e. Peneliti harus memahami bahwa melakukan etnografi virtual adalah mengupas situasi sementara hasil dari berbaurnya peneliti dengan subjek yang diteliti.
- f. Menggambarkan budaya dan artefak secara parsial atau tidak utuh.
- g. Dalam etnografi virtual mensyaratkan keterlibatan penuh peneliti dalam interaksi termediasi dan peneliti harus memahami perangkat teknologi yang digunakan oleh entitas dalam berinteraksi di komunitas.
- h. Etnografer maupun informan harus dirasakan kehadiran antar keduanya.
- i. Penggunaan tiga prinsip *virtualitas*, yaitu *identity fluidity* (pembentukan identitas secara online), *renovated hierarchies* (pembentukan ulang hierarki offline menjadi online), dan *informational space* (informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual).

C. Kerangka Pemikiran

Tujuan dari kerangka pemikiran ini adalah untuk membentuk jalur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara wajar. Kerangka berpikir bukan sekedar kumpulan informasi dari berbagai sumber atau sekedar pemahaman saja, namun pemahaman yang terkait dengan penelitian dalam kerangka berpikir kemudian harus diterapkan pada kerangka berpikir. Ini adalah pemahaman mendasar dan dasar bagi semua cara berpikir lainnya. Kerangka pemikiran ini, disebut juga kerangka konseptual, menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi dan menggunakannya untuk memecahkan masalah.

Kerangka pemikiran memberikan konsep mengenai pemahaman dari Fenomena Penggunaan Meme Dalam *Dakwahtainment*,. Sebagai kerangka konseptual di Media Sosial Instagram. Maka, dibuat kerangka pemikiran dari teori yang digunakan dalam Fenomena penggunaan meme dalam dakwahtaintmen sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (2006) memiliki karakteristik lebih menekankan pada proses daripada produk atau outcome. Penelitian kualitatif lebih memfokuskan pada proses seperti interaksi manusia dalam suatu komunitas, pelaksanaan kerja, perkembangan suatu gejala atau peradaban. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka, data kemudian dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami. Analisis data dilakukan secara induktif yakni data dari lapangan dianalisis secara berulang, sehingga akan menghasilkan temuan yang dapat disusun dalam tema tertentu. Penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi alamiah, maksudnya kondisi sebagaimana adanya, peneliti tidak melakukan treatment yang dapat mempengaruhi keilmiah objek yang diteliti. Yang ditekankan dalam penelitian ini adalah makna yang mendalam dari suatu gejala. Yang dimaksud makna adalah data sesungguhnya di balik data yang tampak, hasil interpretasi dari suatu data yang tampak (Sugiyono, 2018).

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang lebih menekankan pada pemahaman secara lebih mendalam pada suatu permasalahan dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Penelitian kualitatif bersifat eksploratoris dan induktif. Sukmadinata (2009) dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang mengasumsikan bahwa kenyataan berdimensi jamak, interaktif dan juga suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu. Sementara Martono (2011) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif percaya kebenaran dinamis dan dapat ditemukan melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksi dan situasi sosial mereka (Sandu Siyoto, 2015).

Data penelitian kualitatif pada penelitian ini bersifat deskriptif dengan memfokuskan dalam memberikan gambaran sistematis yang lebih rinci dan jelas mengenai fenomena sosial. Pendekatan kualitatif deskriptif memberikan sebuah hasil berupa data yang dideskripsikan menggunakan kata-kata dari subjek dan objek yang diamati.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian menjadi tempat utama dimana penelitian itu dilakukan sehingga menjadikan modal utama dalam penelitian ilmiah yaitu Meme yang digunakan oleh Gen Z sebagai media *dakwahtaiment* dan bertebaran di berbagai sosial media Instagram. Untuk waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari sampai Desember 2024.

C. Sumber Data Penelitian

Dalam memperoleh sumber data penelitian peneliti harus mengumpulkan berbagai sumber data yang sesuai dengan objek yang telah dikaji. Peneliti juga akan menggunakan dua jenis sumber data yang akan dicantumkan dalam penelitian, sumber data tersebut adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang didapat langsung dari sumber asli penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengumpul data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari (Muhammad Ferdiansyah, 2016). Dalam penelitian ini sumber data primer yaitu postingan meme yang digunakan sebagai media *dakwahtaiment*. Peneliti akan mengambil beberapa postingan meme tersebut dari berbagai sosial media yang di posting tahun 2024.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data kedua selain dari subjek penelitian. Sumber data sekunder terdiri dari beberapa data yang berbentuk arsip atau dokumen. Dapat juga diartikan sebagai data yang telah dikumpulkan baik sesudah maupun sebelumnya untuk masalah yang diteliti. Penulis dalam hal penelitian ini untuk sumber data sekunder berupa artikel, jurnal, buku, skripsi, dan tesis terkait permasalahan yang penulis teliti.

D. Informan Penelitian

Dalam mendapatkan data penelitian pada Fenomena Meme Dalam Dakwahtaiment Bagi Generasi Z maka diperlukan sumber informasi yaitu informan. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana pemilihan narasumber atau informan didasarkan pada apa yang sudah direncanakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gen Z yang dimaksud ialah Mahasiswa dari berbagai Universitas yang ada di Indonesia dimana mereka telah memfollow akun yang memposting tentang meme dalam dakwahtainment dan ikut serta aktif mengkonsumsi juga mengshare meme dakwah tersebut.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No	Nama Akun	Jenis Akun
1.	@memedakwah14	Instagram
2.	@meme_dakwah_islam	Instagram
3.	@memecomicislam.id	Instagram
4.	@memeislam.id	Instagram
5.	@memeislami.ig	Instagram

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah-langkah yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan memperoleh data. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut:

1. Observasi

Mengutip dari Seltiz, Wrightsman dan Cook Karl Weick mendefinisikan observasi sebagai kegiatan pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean terhadap serangkaian perilaku serta suasana yang berkenaan dengan organisme in situ, sesuai dengan tujuan empiris. Dari definisi tersebut kita bisa melihat bahwa tujuh karakteristik observasi yaitu: a) Pemilihan (*Selection*), Pengubahan (*Provocation*), Pencatatan (*Recording*), Pengodean (*Encoding*), rangkaian perilaku dan suasana (*Test of behavior and setting*) in situ serta tujuan empiris. Sementara itu tujuan dari observasi sendiri adalah untuk menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi.

Dalam melakukan observasi agar efektif dilakukan dengan melengkapi pengamatan menggunakan format/blanko pengamatan sebagai instrument. Format yang disusun berisikan item mengenai kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. Pengamat haruslah jeli dalam mengamati kejadian, gerak ataupun proses.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dikarenakan pengamatan bukanlah hal yang mudah dilakukan, pengamatan haruslah objektif, sementara manusia seringkali dipengaruhi oleh minat dan segala kecenderungan yang ada padanya. Observasi sangat tepat untuk dilakukan ketika mengkaji efektivitas. Dilihat dari keterlibatan Observer/peneliti terdapat dua jenis observasi yaitu Observasi partisipan/partisipatoris, observasi jenis ini melibatkan peneliti, yang berarti peneliti menjadi bagian yang diteliti dan observasi non-partisipan/non-partisipatoris, dalam observasi ini peneliti tidak terlibat dalam kegiatan yang diteliti.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti melakukan observasi non partisipan dimana peneliti tidak menjadi bagian dari yang diteliti. Dalam melakukan observasi peneliti mengamati berbagai postingan meme yang di gunakan sebagai media dakwahtaiment. Hal-hal yang diamati berkaitan dengan cara mengemas meme yang di gunakan sebagai media dakwahtaiment, respon audience yang bisa diamati melalui kolom komentar dan meme tersebut di mata generasi Z.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara atau *interview* untuk memperoleh data. Teknik wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara terstruktur dimana peneliti menyiapkan pertanyaan yang sesuai dengan pembahasan dalam penelitian ini. Peneliti akan memfokuskan topik pembahasan dengan judul penelitian. Wawancara dilakukan dengan percakapan dua arah yang dilakukan oleh peneliti dan informan.

Jenis wawancara yang dipilih adalah wawancara online melalui media sosial whatsapp atau media sosial lainnya yang lebih mudah diakses. Wawancara dilakukan dengan 5 pengguna akun instagram yang aktif memposting meme dakwah di akun instagram tersebut.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi mengumpulkan data-data yang relevan dengan kajian penelitian ini baik dari jurnal, dokumen dalam bentuk video dan foto. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan berbagai postingan meme yang digunakan sebagai media dakwahtaiment yang tersebar di media sosial tiktok.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Validasi Data

Penelitian yang menggunakan metode kualitatif dapat memberikan hasil yang valid dimana tidak ada perbedaan antara kondisi nyata objek yang diteliti dengan laporan peneliti. Dalam pengujian keabsahan data pada penelitian terletak pada uji validitas. Dalam menjaga hasil penelitian dan keabsahan data kualitatif dilakukan dengan metode triangulasi. Triangulasi digunakan untuk membandingkan data yang dikumpulkan dengan metode wawancara sesuai dengan hasil metode observasi dan dokumentasi.

Menurut Alaslan (2021) terdapat tiga macam teknik untuk menjaga keabsahan data hasil penelitian yaitu:

1. Triangulasi sumber digunakan untuk memperoleh kualitas data dengan melakukan pengecekan dari data yang telah diperoleh dari sumber informan baik wawancara dan observasi harus memiliki kesamaan.
2. Triangulasi teknik, pada penelitian ini digunakan berbagai teknik dalam mengumpulkan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan kredibilitas data.
3. Triangulasi waktu, pada penelitian ini dalam mendapatkan kredibilitas data dengan mengumpulkan data pada waktu yang tidak bersamaan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun hasil observasi, wawancara dan dokumentasi secara sistematis agar dapat meningkatkan pemahaman peneliti mengenai fenomena yang diteliti yang kemudian disajikan sebagai temuan.

Tiga tahap teknik analisis yang digunakan:

1. Reduksi data

Reduksi data memiliki makna sebagai proses memilih, memusatkan perhatian untuk menyederhanakan, pengabstrakan dan transformasi data yang berkaitan dengan topik pembahasan.

Pada reduksi data akan menajamkan dan mengklasifikasikan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian dan membuang hal yang dirasa tidak diperlukan dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Dalam penyajian akan memberikan sekumpulan informasi yang tersusun menggunakan rangkaian kata yang berisi data. Dengan penyajian data akan memberikan kemudahan dalam memahami apa yang sedang terjadi dan ketepatan kesimpulan yang didapatkan.

3. Kesimpulan

Pada proses kesimpulan peneliti memberikan penarikan kesimpulan data yang didapatkan dari hasil penelitian. Dalam penelitian ini kesimpulan ditampilkan dalam bentuk deskriptif dengan mendeskripsikan objek yang diteliti secara ringkas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Profil Meme Dakwah

Meme dakwah dapat didefinisikan sebagai konten visual yang menggabungkan gambar atau ilustrasi dengan teks yang mengandung pesan-pesan keagamaan, nasihat, atau nilai-nilai Islam. Format ini menjadi pilihan yang efektif karena kemampuannya menyampaikan pesan secara ringkas, mudah dicerna, dan dapat dibagikan dengan cepat melalui berbagai platform media sosial.

Karakteristik utama meme dakwah adalah penggunaan bahasa yang sederhana dan relatable dengan kehidupan sehari-hari, terutama bagi kalangan milenial dan Gen Z. Konten yang disajikan biasanya berupa kutipan ayat Al-Quran, hadits, atau kata-kata bijak dari ulama yang dikemas dalam bentuk visual yang menarik. Penggunaan elemen desain seperti tipografi yang artistic, warna yang harmonis, dan ilustrasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam menjadi ciri khas meme dakwah yang membedakannya dari meme pada umumnya.

Kehadiran meme dakwah telah menciptakan ruang baru dalam metode penyebaran nilai-nilai Islam di dunia digital. Para creator meme dakwah, yang sering disebut sebagai "ustadz virtual" atau "dai milenial", menggunakan kreativitas mereka untuk menghadirkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menarik perhatian generasi muda yang lebih tertarik dengan konten visual dibandingkan metode dakwah konvensional.

B. Postingan Meme Dakwah Di Instagram

Postingan meme dakwah di Instagram dirancang untuk menyampaikan pesan agama atau motivasi islami secara singkat, visual dan mudah diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Generasi z tertarik dengan hal yang unik yang membuat generasi z tidak mudah bosan, hal ini dimulai dengan media salah satunya media sosial . postingan meme ini membuat generasi z mudah menerima dakwah dengan cara yang unik dan lucu contohnya seperti postingan meme dakwah di istagram.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4. 1
Postingan meme di instagram

Pada dokumentasi di atas dapat di lihat bahwa banyaknya yang menyukai meme dakwah dilihat dari like dari postingan diatas. Pada dokumentasi di atas memberikan pesan mengenai jika terus bermaksiat maka ketika melakukan ketaatan kita kehilangan kenikmatannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.2
Postingan Meme Dakwah



Gambar 4.3
Postingan Meme Dakwah



Gambar 4.4
Postingan Meme Dakwah



Gambar 4.5
Postingan Meme Dakwah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.6
Postingan Meme Dakwah



Gambar 4.7
Postingan Meme Dakwah



Gambar 4.8
Postingan Meme Dakwah



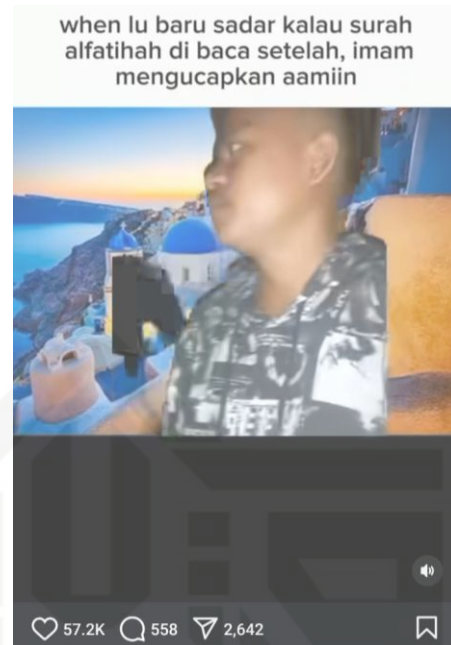
Gambar 4.9
Postingan Meme Dakwah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.10
Postingan Meme Dakwah



Gambar 4.11
Postingan Meme Dakwah

Gambar-gambar di atas merupakan contoh postingan dari berbagai akun instagram yang memposting tentang meme dakwah. Dalam postingan di atas meme dakwah dapat menjadi media yang efektif dan bermanfaat untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan dan pesan-pesan agama secara positif dan bertanggung jawab.

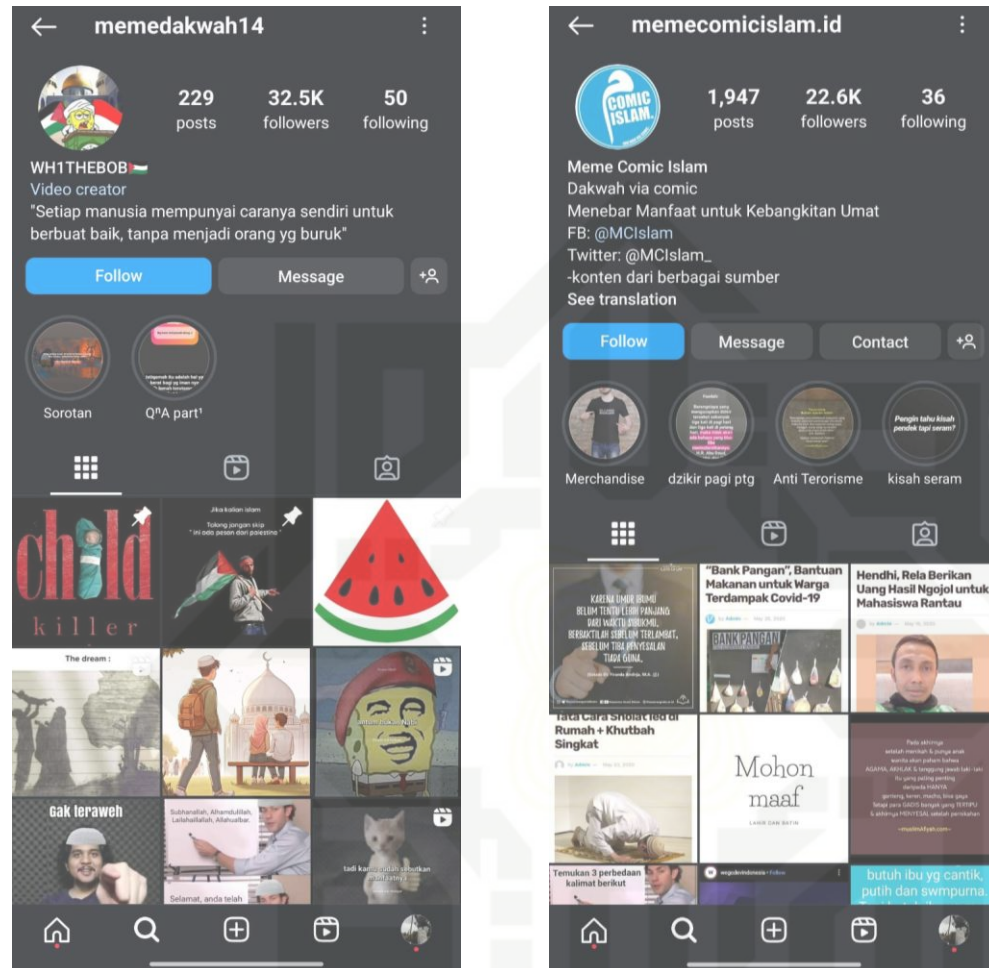
C. Akun Instagram

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.12
Akun Instagram Meme Dakwah

Dua gambar di atas merupakan akun instagram yang aktif memposting baik gambar maupun video tentang meme dakwah. Bisa kita lihat dua akun tersebut sudah cukup di kenal luas oleh pengguna instagram terkhususnya generasi Z.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Prosedur Penggunaan Instagram

Setelah memiliki akun, pengguna sudah bisa mulai mempublikasikan di akun tersebut, baik foto, video maupun cerita. Berikut prosedur mempublikasikan teks melalui aplikasi instagram

a. Unggah Foto

Pertama tap tombol plus di menu utama, kemudian pilih satu dari tiga media yang bisa diupload, yaitu dari galeri, foto dan juga video. Pilih foto dari galeri atau ambil langsung dengan kamera, kemudian tap tombol Next di bagian kanan atas. Terapkan filter jika diinginkan, lalu buat caption yang menarik dan terakhir tap tombol Share. Dalam hitungan beberapa detik (tergantung koneksi), foto akan muncul di Instagram. Pengguna juga bisa mengunggah lebih dari satu foto. Caranya sama seperti di atas, kemudian tap ikon layer Select Multiple lalu tseseorangi foto-foto yang hendak diunggah, terapkan filter dan Share.

b. Menyukai Foto

Untuk menyukai foto di Instagram, caranya mudah sekali. Tetapi memang istilah suka di Instagram tidak sama seperti di Facebook. Jika di Facebook menggunakan tseorang jempol, di Instagram diganti dengan tseorang hati. Caranya, silahkan buka foto yang dibagikan oleh teman atau oleh pengguna sendiri, kemudian tap ikon hati tepat di bawah foto.

c. Berkomentar

Pengguna bisa mentap ikon dibawah unggahan atau menu add comment tepat di bawah caption atau bisa juga dengan tap View all comments terlebih dahulu baru menulis kolom komentar.

d. Menyimpan Postingan

Dalam aplikasi instagram, hanya dengan tap ikon pita di bawah kanan unggahan, pengguna bisa menyimpan unggahan di direktori penyimpanan postingan.

e. Membagikan Postingan

Pengguna bisa membagikan ulang unggahan milik orang lain melalui *instastory* hanya dengan tap tombol panah yang berada di bawah unggahan. Namun jika pengguna ingin mengunggah kembali pada *feed* instagram milik sendiri, diperlukan aplikasi khusus untuk *me-repost* unggahan milik orang lain.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Pencarian
Dalam aplikasi instagram kita juga terdapat pencarian. Cukup dengan tap ikon search lalu ketik apa yang ingin dicari, baik orang/akun lain, tagar, maupun lokasi.
- g. Aktivitas Pengguna
Untuk melihat aktivitas pengguna hanya dengan tap ikon hati yang terdapat di layar bagian bawah. Dalam fitur aktivitas, pengguna dapat melihat aktivitas pengguna mulai dari pengikut baru, orang/akun lain yang menyukai unggahan pengguna, dan lain-lain.
- h. Membuat Instagram Stories
Instagram Stories adalah fitur baru Instagram yang memungkinkan Seseorang membagikan foto dan video momen terbaik ke teman-teman terdekat, di mana konten-konten tersebut nantinya secara otomatis akan terhapus setelah 24 jam. Buka aplikasi instagram, lalu klik di bagian pojok kiri atas dengan logo kamera, atau dengan tap logo foto profil pengguna untuk membuat instastory. Setelah tombol di-tap, selanjutnya Seseorang akan dihantarkan pada jendela kamera yang lagi-lagi juga akan memuat opsi unggahan foto dan video dari memori lokal. Ada juga opsi membuat Stories berupa teks saja, kemudian opsi Boomerang, Superzoom, Focus, *Rewind* dan pastinya *Live Streaming*. Setelah itu tap tombol *send*
- i. Melihat NameTag Sendiri
Fitur ini memudahkan teman yang ingin mengikuti Seseorang, di mana mereka cukup memindai NameTag dan secara otomatis mengikuti Seseorang atau sebaliknya. NameTag bisa dilihat di menu Akun kemudian tap tiga garis bersusun di kanan atas, maka akan muncul beberapa menu di antaranya *Nametag*, *Saved*, *Close Friends* dan *Discover People*
- j. Membuat Channel di IGTV
Buka IGTV, kemudian tap ikon gear di sisi kanan perangkat lalu tap Create Channel. Ikuti perintah yang ada, lalu create channel. Setelah membuat kanal IGTV, pengguna dapat mulai mengunggah video.
- k. Direct Message
Direct Message atau pesan langsung adalah fitur di instagram yang berfungsi untuk mengirim pesan langsung kepada akun lain. Dalam fitur yang bersifat tertutup ini, dapat mengirim dalam bentuk teks, gambar, suara, ataupun stiker/emoticon. Kini, instagram juga telah memiliki

panggilan video layaknya whatsapp. Untuk mengirim pesan langsung, atau melihat pesan yang dikirim ke pengguna, cukup dengan tap ikon panah yang terdapat di pojok kanan atas layar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa penggunaan meme dalam dakwahtaiment di Instagram telah menjadi fenomena yang menarik di kalangan Generasi Z. Dakwahtaiment menjadi wadah dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang lebih santai, relevan dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi ini. Meme dinilai mampu menarik perhatian Generasi Z, mudah dipahami dan tidak terkesan menggurui. Karakteristik meme yang lucu dan mudah dibagikan membuat pesan dakwah lebih cepat menyebar. penelitian mengidentifikasi lima motif utama penggunaan meme dalam dakwahtaiment, yaitu 1. Interpersonal utility, Meme digunakan sebagai alat untuk berinteraksi dan berbagi dengan teman sebaya. 2. Passing time, Meme menjadi sarana untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan. 3. Information seeking, Meme digunakan sebagai sumber informasi tentang agama. 4. Convenience utility, Meme dianggap sebagai cara yang mudah dan praktis untuk mengakses pesan-pesan agama. 5. Entertainment, Meme memberikan hiburan dan kesenangan bagi pengguna.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, antara lain, Pentingnya adaptasi, Para pendakwah perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren budaya untuk menjangkau generasi muda. Potensi meme dalam dakwah, Meme dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam dakwah digital, namun perlu digunakan dengan bijak dan kreatif. Pentingnya riset lebih lanjut, Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami secara lebih mendalam tentang penggunaan meme dalam konteks dakwah, termasuk dampak jangka panjangnya terhadap pemahaman agama dan perilaku individu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai fenomena penggunaan meme dalam dakwahtaiment di media sosial instagram pada generasi z, saran yang diberikan yaitu pengguna meme lebih memperhatikan waktu postingan di media instagram agar pengikut mengetahui kapan postingan di upload. Dan pengguna lebih memperhatikan sumber dakwah yang menjadi bahan postingan di meme.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aristoteles. (2004). *Retorika*. (Terjemahan M. D. Dhavamony). Yogyakarta: Kanisius.
- Azhar Arsyad, Media Pembelajaran (Cet. XVIII; Jakarta: Rajawali Pers, 2015),
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azwar, Saifuddin. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Desmita. (2014). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dimock, M. (2019) *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.
- Hadion Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* (Banyumas: Pena Persada, 2020),
- Hurlock, E. B. (2010). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Terjemahan Istiwidayanti & Soedjarwo). Jakarta: Erlangga.
- I Gde Wawan Sudhata dan I Made Tegeh, *Desain Multimedia Pembelajaran* (Cet. I; Yogyakarta: Media Akademi, 2015), h. 22.
- Ilahi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of human communication (9th ed.)*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory (6th ed.)*. London: Sage Publications.
- Morissan, *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2013),
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass media.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- O. Hasbiansyah, (2005), *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants part 1*. On the Horizon,
- Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015),
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Misbah. Jakarta: Lentera Hati.
- Signorielli, N., & Morgan, M. (Eds.). (2006). *Cultivation analysis: New directions in media effects research*. Routledge.
- Sobur, Alex. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018),
- Suhseorangng, K. (2013). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suparno, Paulus. (2001). *Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suranto, A. W. (2011). *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Airlangga.
- Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan* (Bandung: Matahari, 2011),

SKRIPSI

- Adisti Zahwa, (2023). *Meme di Media Sosial Instagram (Studi Etnografi Virtual Tentang Budaya Generasi Z Melalui Akun Literally.House)*. Universitas Sumatera Utara.
- Dyah Titi, S. (2022). *Dakwahtainment di Kalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube VDVC Religi)*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Elma Muflihatul, Z. (2021). *Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotik pada Postingan Komunitas Facebook Meme Dakwah Islam)*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Khoirunnisa, A. (2022). *Dakwah Melalui Komik Islami Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun Instagram @komikanu)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Pekalongan.
- Puji Asmiati. (2019). *Meme Tuman Di Media Sosial: Analisis Semiotika Roland Barthes*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rahmawati, S. (2023). *Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotik pada Postingan Komunitas Facebook "Meme Dakwah Islam")*. Skripsi, UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, Purwokerto.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Sari, D. P. (2022). *Penggunaan Meme Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun Instagram @meme_dakwah_islam)*. Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, Banjarmasin.

Christiany Juditha, *Meme di Media Sosial: Analisis Semiotika Meme Haji Lulung, dalam Jurnal Pekommas*, Vol 18, No 2, (2015), Hm. 105-116.

JURNAL

Fathoni, M. (2023). Penggunaan Meme Sebagai Instrumen Penyebaran Informasi di Media Sosial Instagram. *Annaba: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 7(1), 139-154.

Al-Barik, H. A., & Gower, K. K. (2012). Attitude of Muslim youth towards religion in Kuwait. *International Journal of Islam and Education*, 1(1), 23-42.

Amiratun Sholikhah, *Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif*, dalam *Jurnal KOMUNIKA*, Fak. Dakwah IAIN Purwokerto, Vol.10, No. 2, (2016), Hlm. 249-250.

Arifin, Z., & Setiawan, I. (2021). Meme sebagai Media Dakwah di Era Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 215-230. arya.

Ririen Putri Wahyuni, *Penggunaan Gambar Meme Terhadap Kepuasan Khalayak*, *Jurnal FLOW*, Vol. 03, No. 07 (2007).

Riza Zahriyal Falah, (2016). Etika Dakwahtainment Dalam Masyarakat Multikultural, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(2),

Sandi Allfiansyah, *Kaum Muda, Meme dan Demokrasi Digital di Indonesia*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Gajah Mada, Vol. 13, No. 2 (2016),

Nasrullah. (2018). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(2)

Pratamanti, E. E., & Sumarlam, S. (2018). Implikatur pada Meme Islam di Instagram sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 239-256.

Khabib Alia Akhmad, *Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM*, dalam *Jurnal Data.com* ISSN: 2086-9436, Vol. 9, No. 2 (2008),



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 1 TRANSKIP WAWANCARA

Kode : 001
 Nama Informan : @memedakwah14
 Tanggal : 7 Desember 2024
 Disusun Jam : 20.00
 Tempat Wawancara : WhatsApp
 Topik Wawancara : Motif Penggunaan Meme dalam Dakwahtaiment

Peneliti	Apa motif yang mendorong saudara untuk memposting meme dakwah di instagram?
Informan	Jujur aja, awalnya iseng sih posting meme dakwah. Lihat meme-meme lucu di explore, kepikiran" kayaknya seru juga bikin meme tapi sekalian nyampaikan pesan positif. Lagian, dakwah kan nggak harus selalu serius, lewat meme bisa lebih santai dan relate sama anak muda. Semoga aja yang lihat memeku jadi kepikiran buat berbuat baik atau inget sama Tuhan.
Peneliti	Apakah saudara merasa memposting meme dakwah membantu membangun hubungan atau jaringan dengan orang lain?
Informan	Iya banget Lewat meme dakwah, aku jadi kenal sama teman-teman baru yang punya visi sama. Kita sering tukeran ide, bahas isu-isu terkini, dan saling support. Rasanya kayak punya komunitas online sendiri gitu, deh. Seru banget bisa berbagi dan terkoneksi sama orang-orang yang sefrekuensi.
Peneliti	Bagaimana respons audiens atau followers terhadap postingan meme dakwah di Instagram?
Informan	Alhamdulillah, responsnya positif! Banyak yang komen "Amin", "Jazakallah", atau emoji love. Kadang ada juga yang ngetag temennya buat diajak berbuat baik bareng. Seneng banget rasanya bisa menginspirasi orang lain, walaupun cuma lewat meme sederhana.
Peneliti	Bagaimana meme dakwah membantu saudara menyampaikan pesan kepada followers saudara?
Informan	Enaknya pakai meme, pesannya jadi lebih gampang dicerna dan nggak terkesan menghakimi. Anak muda kan biasanya males kalau dinasehatin terlalu serius. Nah, lewat meme, aku bisa selipin pesan-pesan dakwah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti	dengan cara yang fun dan menarik. Jadinya mereka nggak ilfeel dan malah penasaran buat baca captionnya.
Informan	Kapan saudara biasanya memposting meme?
Peneliti	Biasanya aku posting meme pas lagi gabut sih, misalnya pas nunggu bus, istirahat kuliah, atau sebelum tidur. Pokoknya pas lagi scroll Instagram dan nemu ide buat bikin meme, langsung deh eksekusi.
Informan	Seberapa sering saudara memposting meme dakwah sebagai cara untuk mengalihkan diri dari kebosanan?
Peneliti	Hmm, nggak tentu sih. Kadang seminggu bisa 3-4 kali, kadang cuma sekali. Tergantung mood dan kesibukan juga. Tapi aku usahain tetep konsisten posting, biar followers-ku nggak lupa sama akunku. Hehehe.
Informan	Bagaimana saudara mengatur waktu untuk membuat dan memposting meme dakwah di tengah kesibukan saudara?
Peneliti	Susah-susah gampang sih bagi waktunya. Maklum, anak kuliah kan banyak tugas. Tapi biasanya aku nyiapin draft meme di akhir pekan. Jadi pas weekdays tinggal posting aja. Untungnya sekarang banyak aplikasi edit foto yang gampang dipakai, jadi nggak makan waktu lama deh bikin memenya.
Informan	Dari mana saudara biasanya mendapatkan inspirasi untuk membuat meme dakwah?
Peneliti	Inspirasi datang dari mana aja sih! Bisa dari pengalaman pribadi, ceramah ustad, kutipan ayat Al-Qur'an, atau bahkan dari meme-meme lain yang aku lihat di internet. Yang penting, pesannya positif dan bisa diambil hikmahnya.
Informan	Apakah saudara melakukan riset khusus sebelum membuat meme dakwah?
Peneliti	Nggak selalu sih. Kalau memenya cuma berisi pesan moral umum, biasanya aku langsung bikin aja. Tapi kalau memenya menyinggung isu tertentu atau ada kutipan ayat Al-Qur'an, aku pasti cek dulu kebenarannya. Nggak mau dong menyebarkan informasi hoax.
Informan	Apakah saudara memastikan sumber yang valid untuk meme dakwah yang saudara buat?
Peneliti	Pastinya! Aku selalu usahain pakai sumber yang valid, kayak website resmi atau buku-buku agama. Kadang aku juga tanya sama ustad atau teman yang lebih paham agama. Soalnya, aku nggak mau asal posting



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	aja. Takutnya malah menyampaikan informasi yang salah.
Peneliti	Apakah saudara pernah merasa terbantu secara pribadi oleh informasi yang saudara temukan saat membuat meme dakwah?
Informan	Wah, sering banget! Jujur aja, kadang aku juga masih belajar tentang agama. Nah, pas bikin meme dakwah, aku jadi sekalian belajar dan mendalami ajaran Islam. Jadi, nggak cuma followers-ku aja yang dapat ilmu, aku juga ikutan dapet pencerahan.
Peneliti	Mengapa saudara memilih meme sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah?
Informan	Karena meme itu kekinian banget! Hampir semua anak muda pakai Instagram dan suka lihat meme. Jadi, menurutku, meme adalah media yang efektif buat nyampaikan dakwah ke generasi Z. Lagipula, meme itu fleksibel, bisa dibuat sesuai kreativitas kita.
Peneliti	Menurut saudara apakah format meme lebih disukai oleh gen Z dibandingkan metode dakwah lainnya?
Informan	Menurutku sih iya. Dibanding ceramah atau kultum yang formal, meme lebih easy going dan nggak bikin ngantuk. Gen Z kan sukanya yang ringan-ringan aja. Nah, meme bisa jadi alternatif buat menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih menarik dan nggak membosankan.
Peneliti	Bagaimana meme memudahkan saudara menjakau audiens di instagram?
Informan	Gampang banget! Tinggal upload meme di Instagram, pakai hashtag yang relevan, dan tag teman-teman. Kalau memenuya menarik, bisa jadi viral dan dilihat banyak orang. Selain itu, Instagram juga punya fitur reels yang bisa dipakai buat bikin meme dakwah dalam bentuk video pendek. Jadi, lebih kreatif dan interaktif.
Peneliti	Apakah saudara merasa meme dakwah yang saudara buat juga harus menghibur, selain menyampaikan pesan agama?
Informan	Harus banget! Meme kan identik dengan humor. Kalau memenuya garing, orang juga males lihatnya. Makanya, aku selalu usahain bikin meme yang lucu dan menghibur, tapi tetep nggak lepas dari nilai-nilai dakwah.
Peneliti	Bagaimana saudara menyeimbangkan unsur humor dengan nilai-nilai dakwah dalam konten yang saudara posting?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan	Kuncinya ada di kreativitas sih. Aku biasanya pilih gambar atau template meme yang lagi trending, terus aku modifikasi dengan menambahkan pesan-pesan dakwah yang relevan. Intinya, pesannya sampai, tapi tetep bikin orang senyum atau mikir. Nggak gampang sih, tapi menurutku itu tantangannya.
Peneliti	Apakah saudara pernah mendapat masukan dari audiens atau followers terkait aspek hiburan dalam meme dakwah yang saudara posting ?
Informan	Pernah dong! Ada yang komen "Kak, memena kocak banget!", atau "Gara-gara meme Kakak, aku jadi semangat ibadah!". Tapi ada juga sih yang kritik, bilang memena kurang sopan atau terlalu garing. Ya, aku terima aja kritiknya dan jadiin masukan buat bikin konten yang lebih baik lagi.

TRANSKIP WAWANCARA

Kode : 002

Nama Informan : @meme_dakwah_islam

Tanggal : 9 Desember 2024

Disusun Jam : 20.00

Tempat Wawancara : Whatsapp

Topik Wawancara : Motif Penggunaan Meme dalam Dakwahtaiment

Peneliti	Apa motif yang mendorong saudara untuk memposting meme dakwah di instagram?
Informan	Bikin meme dakwah itu kayak ngasih "vitamin rohani" buat followers-ku, sih. Kadang kan timeline Instagram isinya cuman selfie, makanan, atau curhatan galau. Nah, dengan meme dakwah, aku pengen selipin sedikit "pencerahan" di antara postingan-postingan itu. Siapa tau aja ada yang lagi bad mood terus jadi semangat lagi gara-gara lihat memeku.
Peneliti	Apakah saudara merasa memposting meme dakwah membantu membangun hubungan atau jaringan dengan orang lain?
Informan	Pastinya! Lewat meme dakwah, aku jadi punya "koneksi tak terduga" gitu sama orang lain. Nggak nyangka aja bisa nemuin teman-teman yang sepemikiran dan punya semangat yang sama dalam beragama. Kadang kita sampai DM-an bahas meme yang aku



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	posting, tukaran ide, bahkan sampai jadi teman curhat. Seru banget, deh!
Peneliti	Bagaimana respons audiens atau followers terhadap postingan meme dakwah di Instagram?
Informan	Responnya bikin "auto senyum", sih! Banyak yang nge-like, komen positif, bahkan sampai di-repost. Rasanya tuh kayak "mission accomplished" gitu, karena berhasil nyampein pesan dakwah dengan cara yang menarik. Semoga aja meme-memeku bisa memberi dampak positif buat mereka yang lihat.
Peneliti	Bagaimana meme dakwah membantu saudara menyampaikan pesan kepada followers saudara?
Informan	Meme itu kayak "permen berhadiah", sih. Bungkusnya menarik (lucu dan menghibur), tapi di dalamnya ada isinya (pesan dakwah). Jadinya, orang nggak cuman terhibur, tapi juga dapet ilmu dan hikmah. Gaya dakwah kayak gini menurutku lebih efektif buat anak muda kayak kita, karena nggak terkesan menghakimi dan bikin bosan.
Peneliti	Kapan saudara biasanya memposting meme?
Informan	Biasanya sih pas lagi "gabut maksimal", kayak nunggu kelas online mulai, naik KRL, atau sebelum tidur. Pokoknya kalo lagi "scroll Instagram syndrome" dan nemu ide buat meme dakwah, langsung deh bikin.
Peneliti	Seberapa sering saudara memposting meme dakwah sebagai cara untuk mengalihkan diri dari kebosanan?
Informan	Nggak ada jadwal pasti, sih. Lebih ke "semampu dan sesempatnya" aja. Kadang seminggu bisa beberapa kali, kadang juga vakum beberapa minggu. Hehehe. Yang penting konsisten aja posting, biar akun Instagram-ku nggak "mati suri".
Peneliti	Bagaimana saudara mengatur waktu untuk membuat dan memposting meme dakwah di tengah kesibukan saudara?
Informan	Wah, ini sih "struggle" banget! Anak kuliah kan padat aktivitas, belum lagi tugas yang menumpuk. Tapi biasanya aku "curi-cur" waktu di sela-sela kesibukan, misalnya pas lagi nunggu dosen datang atau pas lagi break kuliah. Untungnya sekarang banyak aplikasi edit foto yang user-friendly, jadi bikin meme nggak perlu waktu lama.
Peneliti	Dari mana saudara biasanya mendapatkan inspirasi untuk membuat meme dakwah?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan	"Sumber inspirasiku seluas samudra", hehehe. Bisa dari apa aja! Mulai dari kejadian sehari-hari, ceramah di YouTube, kutipan hadist, sampai meme-meme lain yang aku lihat di internet. Yang penting, pesannya positif dan "relate" sama kehidupan anak muda.
Peneliti	Apakah saudara melakukan riset khusus sebelum membuat meme dakwah?
Informan	Tergantung sih. Kalau memenuya cuman seputar pesan moral umum, biasanya aku langsung bikin aja. Tapi kalau memenuya nyangkut isu agama atau ada kutipan dalil, aku pasti "crosscheck" dulu ke sumber yang terpercaya. Nggak mau dong menyebarkan informasi yang "hoax".
Peneliti	Apakah saudara memastikan sumber yang valid untuk meme dakwah yang saudara buat?
Informan	"Validitas nomor satu!", karena aku nggak mau asal posting aja. Biasanya aku referensi ke website Islam terpercaya, buku-buku agama, atau tanya langsung sama orang yang lebih paham. Biar informasi yang aku sampaikan akurat dan nggak menyesatkan.
Peneliti	Apakah saudara pernah merasa terbantu secara pribadi oleh informasi yang saudara temukan saat membuat meme dakwah?
Informan	"Jujurly", sering banget! Kadang pas bikin meme dakwah, aku jadi "auto belajar" juga. Jadi, nggak cuma followers-ku yang dapet ilmu, aku juga ikutan nambah pengetahuan. "Win-win solution" banget kan? Hehehe.
Peneliti	Mengapa saudara memilih meme sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah?
Informan	Karena meme itu "bahasa gaulnya" anak muda! Hampir semua Gen Z kan aktif di Instagram dan suka liat meme. Jadi, menurutku meme adalah "senjata ampuh" buat nyampein dakwah ke generasi kita. Lagian, meme itu fleksibel dan bisa dimodifikasi sesuka hati.
Peneliti	Menurut saudara apakah format meme lebih disukai oleh gen Z dibandingkan metode dakwah lainnya?
Informan	"No doubt!", meme jauh lebih menarik dibanding ceramah atau kultum yang formal. Gen Z kan gampang bosan dan sukanya yang "anti mainstream". Nah, meme bisa jadi "obat penawar kebosanan" itu, karena bisa nyampein pesan agama dengan cara yang fun dan kekinian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti	Bagaimana meme memudahkan saudara menjangkau audiens di instagram?
Informan	Gampang banget! Tinggal upload meme di Instagram, tambahin caption yang menarik, pakai hashtag yang lagi trending, dan tag teman-teman. Dijamin postinganmu bakal "rame dikunjungi". Apalagi sekarang ada fitur reels yang bikin meme dakwah jadi lebih interaktif dan "eye-catching".
Peneliti	Apakah saudara merasa meme dakwah yang saudara buat juga harus menghibur, selain menyampaikan pesan agama?
Informan	Wajib! Meme itu harus bikin orang ketawa dong! Kalo memenya garing, ya sama aja bohong. Makanya, aku selalu usahain bikin meme yang lucu dan menghibur, tapi tetep "nggak melenceng" dari nilai-nilai dakwah.
Peneliti	Bagaimana saudara menyeimbangkan unsur humor dengan nilai-nilai dakwah dalam konten yang saudara posting?
Informan	Ini sih perlu "skill khusus", hehehe. Aku biasanya pilih template meme yang lagi viral, terus aku kreasikan dengan menambahkan pesan-pesan dakwah yang "nyambung". Intinya, pesannya sampai, tapi tetep bikin orang terhibur. Susah-susah gampang sih, tapi di situlah serunya.
Peneliti	Apakah saudara pernah mendapat masukan dari audiens atau followers terkait aspek hiburan dalam meme dakwah yang saudara posting ?
Informan	"Pasti pernah lah!" Ada yang komen "Ngakak banget kak memenya!", atau "Gara-gara meme kamu aku jadi intropeksi diri nih". Tapi ada juga yang nge-kritik, bilang memenya kurang sopan atau terlalu "lebay". Ya, aku sih "open minded" aja nerima kritik dan saran, biar bisa bikin konten yang lebih baik lagi.



TRANSKIP WAWANCARA

Kode : 003

Nama Informan : @memecomisislam.d

Tanggal : 9 Desember 2024

Disusun Jam : 21.00

Tempat Wawancara : Whatsapp

Topik Wawancara : Motif Penggunaan Meme dalam Dakwahtainment

Peneliti	Apa motif yang mendorong saudara untuk memposting meme dakwah di instagram?
Informan	Jadi gini, ceritanya waktu itu aku lagi scroll Instagram, eh nemu meme lucu banget. Nah, tiba-tiba kepikiran, "Gimana ya kalau bikin meme tapi sekalian nyampein pesan-pesan kebaikan?". Akhirnya aku coba-coba deh bikin meme dakwah. Eh, ternyata seru juga! Rasanya kayak "dapat dua keuntungan sekaligus", bisa hiburan dan sekalian inget sama Tuhan.
Peneliti	Apakah saudara merasa memposting meme dakwah membantu membangun hubungan atau jaringan dengan orang lain?
Informan	Awalnya sih aku bikin meme dakwah cuman buat "have fun" aja. Tapi lama-lama, aku "ngeh" kalo ternyata banyak juga teman-teman di Instagram yang "sefrekuensi" sama aku. Kita sering komen-komenan di postingan meme, bahkan sampai DM-an bahas topik-topik keislaman. Nggak nyangka banget bisa dapet teman baru dan "nambah koneksi" lewat meme dakwah.
Peneliti	Bagaimana respons audiens atau followers terhadap postingan meme dakwah di Instagram?
Informan	Respon followers-ku bikin aku "speechless"! Banyak yang komen positif, nge-like, bahkan sampai di-repost sama akun dakwah lain. Rasanya seneng banget bisa "menginspirasi" dan "menyentuh hati" banyak orang, walaupun cuma lewat meme sederhana. Semoga aja meme-memeku bisa jadi "pengingat" buat mereka dalam menjalani kehidupan.
Peneliti	Bagaimana meme dakwah membantu saudara menyampaikan pesan kepada followers saudara?
Informan	Meme dakwah itu kayak "menyampaikan nasihat dengan cara yang kekinian". Anak muda kan biasanya "alergi" sama ceramah yang terlalu serius. Nah, dengan meme,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti	pesan dakwah jadi lebih mudah dicerna dan nggak bikin bosan. Kayak "nelan obat pakai gula", deh
Informan	Kapan saudara biasanya memposting meme?
Peneliti	Biasanya sih aku bikin meme pas lagi "chill", misalnya pas weekend, lagi nunggu kereta, atau malam-malam sebelum tidur. Pokoknya kalo lagi "gabut level dewa" dan nemu ide menarik, langsung deh "cus" bikin meme.
Informan	Seberapa sering saudara memposting meme dakwah sebagai cara untuk mengalihkan diri dari kebosanan?
Peneliti	"Sesuai mood" aja sih. Kadang seminggu bisa "spam" meme dakwah, kadang juga "menghilang" beberapa minggu. Hehehe. Namanya juga anak muda, suka "labil". Tapi aku usahain tetep konsisten posting, biar followers-ku nggak "kangen" sama meme-memeku.
Informan	Bagaimana saudara mengatur waktu untuk membuat dan memposting meme dakwah di tengah kesibukan saudara?
Peneliti	"The real struggle" sih ini! Bagi waktu antara kuliah, organisasi, dan bikin meme dakwah itu susah-susah gampang. Tapi biasanya aku "manfaatin waktu luang semaksimal mungkin", misalnya pas lagi naik busway atau nunggu dosen yang telat datang. Untungnya sekarang udah banyak aplikasi edit foto yang "simple dan praktis", jadi bikin meme nggak perlu "ribet".
Informan	Dari mana saudara biasanya mendapatkan inspirasi untuk membuat meme dakwah?
Peneliti	Inspirasi itu datang "kapanpun dan di manapun", kayak "hantu" aja! Hehehe. Bisa dari pengalaman pribadi, film, lagu, bahkan dari "curhatan netizen" di Twitter. Yang penting, pesannya positif dan "ngena" di hati.
Informan	Apakah saudara melakukan riset khusus sebelum membuat meme dakwah?
Peneliti	Hmm, tergantung sih. Kalau memenya cuman "jokes receh" tentang kehidupan sehari-hari, biasanya aku langsung bikin aja. Tapi kalau memenya "nyangkut paut" sama dalil atau hadist, aku pasti "browsing" dulu di internet buat "mastiin kebenarannya". Nggak mau dong "nyebarin hoax" berkedok meme dakwah.
Informan	Apakah saudara memastikan sumber yang valid untuk meme dakwah yang saudara buat?
Peneliti	"No hoax club"! Aku selalu "kepo" sumber yang terpercaya sebelum bikin meme dakwah, kayak website Islam, buku-buku agama, atau tanya langsung sama



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	ustad. "Takut dosa" bro, kalo sampai nyebarin informasi yang salah.
Peneliti	Apakah saudara pernah merasa terbantu secara pribadi oleh informasi yang saudara temukan saat membuat meme dakwah?
Informan	"Nggak cuma followers-ku yang dapet ilmu, aku juga ikutan "naik level"! Hehehe. Kadang pas lagi "searching" materi buat meme dakwah, aku jadi "nemuin hal-hal baru" yang sebelumnya nggak aku ketahui. Lumayan kan, "nambah pengetahuan" sekalian "berbagi kebaikan".
Peneliti	Mengapa saudara memilih meme sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah?
Informan	Karena meme itu "media dakwah jaman now"! Hampir semua anak muda kan "nempel" terus sama smartphone dan aktif di Instagram. Jadi, meme itu "powerful banget" buat nyampein pesan-pesan agama ke generasi kita. Lagian, bikin meme itu "asik dan kreatif", nggak kayak metode dakwah lain yang "kaku dan membosankan".
Peneliti	Menurut saudara apakah format meme lebih disukai oleh gen Z dibandingkan metode dakwah lainnya?
Informan	"Fix banget!". Dibandingin dengerin ceramah yang "bikin ngantuk", anak muda pasti lebih suka liat meme yang "lucu dan menghibur". Meme itu "anti mainstream" dan "easy to digest", jadi cocok banget buat "mencuri perhatian" Gen Z.
Peneliti	Bagaimana meme memudahkan saudara menjangkau audiens di instagram?
Informan	Semudah membalikkan telapak tangan"! Tinggal upload meme di Instagram, tambahin caption yang "kece", pakai hashtag yang "rame", dan tag teman-teman. Dijamin postinganmu bakal "viral" dan dilihat banyak orang. Apalagi sekarang ada fitur reels yang bikin meme dakwah jadi lebih "hidup" dan "interaktif".
Peneliti	Apakah saudara merasa meme dakwah yang saudara buat juga harus menghibur, selain menyampaikan pesan agama?
Informan	"Harus dong! Masa meme dakwah isinya cuman teks doang?". Bikin meme itu kayak "meracik bumbu", harus ada "rasa gurih" (hiburan) dan "rasa manis" (nilai-nilai dakwah). Kalo cuman satu rasa aja, pasti "hambar".
Peneliti	Bagaimana saudara menyeimbangkan unsur humor dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	nilai-nilai dakwah dalam konten yang saudara posting?
Informan	"Rahasiannya ada di "sense of humor" dan "kreativitas". Aku biasanya "nyari" gambar atau video lucu yang lagi trending, terus aku "sulap" jadi meme dakwah yang "menarik dan bermakna". Intinya, pesannya sampai, tapi tetep bikin orang "tersenyum".
Peneliti	Apakah saudara pernah mendapat masukan dari audiens atau followers terkait aspek hiburan dalam meme dakwah yang saudara posting ?
Informan	"Pernah banget dong!". Ada yang komen, "Kak, memensa bikin ngakak sampai guling-guling!", atau "Gara-gara meme Kakak, aku jadi semangat sholat nih!". Tapi ada juga sih yang "julid", bilang memensa kurang sopan atau "cringe". Ya, aku sih "terima aja kritik dan saran mereka", biar bisa bikin konten yang lebih baik lagi.

TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : 004

Nama Informan : @memeislam.id

Tanggal : 11 Desember 2024

Disusun Jam : 20.00

Tempat Wawancara : Whatsapp

Topik Wawancara : Motif Penggunaan Meme dalam Dakwahtainment

Peneliti	Apa motif yang mendorong saudara untuk memposting meme dakwah di instagram?
Informan	Awalnya sih gara-gara gabut tingkat dewa terus iseng-iseng berhadiah gitu. Scroll Instagram terus, eh kepikiran pengen bikin meme dakwah. Ya udah, langsung deh ekspresikan kreativitas terpendam". Siapa tau bisa mencerahkan dunia lewat meme, hehehe.
Peneliti	Apakah saudara merasa memposting meme dakwah membantu membangun hubungan atau jaringan dengan orang lain?
Informan	Nggak disangka-sangka, bikin meme dakwah bikin aku auto punya banyak teman. Banyak yang DM, komen, bahkan sampai nge-fans sama meme-memeku (pede dikit boleh lah, ya). Seru banget bisa sharing and caring sama mereka yang seiman dan sepemikiran.
Peneliti	Bagaimana respons audiens atau followers terhadap



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	postingan meme dakwah di Instagram?
Informan	Responnya pecah banget! Banyak yang "nge-love, komen Masya Allah, bahkan sampai "jadiin wallpaper" (lebay dikit nggak papa ya, hehehe). Seneng banget rasanya bisa "bikin orang lain senyum dan dapet hikmah" lewat meme receh buatan sendiri.
Peneliti	Bagaimana meme dakwah membantu saudara menyampaikan pesan kepada followers saudara?
Informan	Meme dakwah itu kayak "obat dengan rasa stroberi". Obatnya (pesan dakwah) tetep ada, tapi rasanya enak (lucu dan menghibur). Jadi nggak "pahit" buat "ditelan". Cocok banget deh buat "generasi micin" kayak kita.
Peneliti	Kapan saudara biasanya memposting meme?
Informan	Kapanpun dan di manapun, "asal ada hape dan kuota internet", hehehe. Biasanya sih pas lagi "santuy", kayak nunggu gebetan bales chat, naik angkot, atau pas lagi "boker" (ups). Pokoknya kalo "mood lagi on fire", langsung deh "gaspol" bikin meme.
Peneliti	Seberapa sering saudara memposting meme dakwah sebagai cara untuk mengalihkan diri dari kebosanan?
Informan	"Random" aja sih, "nggak ada patokan khusus". Kadang "rajin banget" posting, kadang juga "males maksimal". Namanya juga "anak jaman now", suka "mood-mood-an". Yang penting "enjoy aja" dan "nggak jadi beban".
Peneliti	Bagaimana saudara mengatur waktu untuk membuat dan memposting meme dakwah di tengah kesibukan saudara?
Informan	"Susah-susah gampang" sih, kayak "ngupas salak pakai sendok". Tapi biasanya aku "nyolong-nyolong waktu" di sela-sela kesibukan, misalnya pas lagi "bengong di kelas" atau pas "dosen lagi ceramah panjang lebar". Untungnya sekarang banyak aplikasi edit foto yang "gampang dipakai banget", jadi bikin meme "cuman butuh hitungan menit".
Peneliti	Dari mana saudara biasanya mendapatkan inspirasi untuk membuat meme dakwah?
Informan	"Dari Sabang sampai Merauke", hehehe. Bisa dari "apa aja yang aku lihat dan alami". Mulai dari "kejadian lucu di kampus", "meme viral di Twitter", sampai "quotes bijak dari para ustad". Yang penting, "inspirasi dan bikin orang mikir".
Peneliti	Apakah saudara melakukan riset khusus sebelum membuat meme dakwah?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan	Tergantung "level keseriusan memenya". Kalau cuman "meme recek" biasa, ya udah "langsung hajar aja". Tapi kalau "nyangkut paut" sama ayat Al-Qur'an atau hadist, aku pasti "cek ricek dulu" ke sumber yang terpercaya. "Nggak mau kan jadi penyebar hoax".
Peneliti	Apakah saudara memastikan sumber yang valid untuk meme dakwah yang saudara buat?
Informan	"Wajib banget dong!". "Dosa bro, kalo sampai nyebarin informasi yang ngawur". Makanya, aku selalu "referensi ke sumber-sumber valid", kayak website Islam resmi, buku-buku agama, atau tanya langsung sama "orang yang berilmu".
Peneliti	Apakah saudara pernah merasa terbantu secara pribadi oleh informasi yang saudara temukan saat membuat meme dakwah?
Informan	"Sering banget malah!". Kadang pas lagi "nyari bahan" buat meme dakwah, aku jadi "kebablasan belajar". Eh, tau-tau udah "jadi pakar agama" (nggak deng, berceseseorang). Tapi serius, bikin meme dakwah bikin aku "nambah ilmu" dan "jadi lebih baik lagi".
Peneliti	Mengapa saudara memilih meme sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah?
Informan	Karena meme itu "bahasa universalnya" anak muda! Semua orang kan sekarang "megang hape" dan "suka scroll Instagram". Jadi, meme itu "efektif banget" buat "nyampein pesan dakwah ke seluruh penjuru dunia" (lebay lagi, hehehe). Lagian, meme itu "anti mainstream" dan "nggak bikin ngantuk" kayak ceramah di masjid.
Peneliti	Menurut saudara apakah format meme lebih disukai oleh gen Z dibandingkan metode dakwah lainnya?
Informan	"Setuju banget!". Gen Z kan "generasi yang gampang bosan", jadi perlu "sesuatu yang fresh dan menarik" buat "mencuri perhatian mereka". Nah, meme itu jawabannya! "Lucu, menghibur, dan nggak bikin pusing".
Peneliti	Bagaimana meme memudahkan saudara menjangkau audiens di instagram?
Informan	"Gampang banget coy!". Tinggal "upload meme di Instagram", "kasih caption yang kece", "pakai hashtag yang lagi hits", dan "tag semua teman se-geng". Dijamin postinganmu bakal "rame dikunjungi netizen".



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Apalagi kalau pakai fitur reels, "makin keren dan interaktif".
Peneliti	Apakah saudara merasa meme dakwah yang saudara buat juga harus menghibur, selain menyampaikan pesan agama?
Informan	"Wajib donk! Masa meme dakwah bikin orang bete?". Meme itu harus "lucu dan menghibur", biar orang "enjoy" bacanya. Kalo "garing dan menyeramkan", ya sama aja "bikin orang ilfeel".
Peneliti	Bagaimana saudara menyeimbangkan unsur humor dengan nilai-nilai dakwah dalam konten yang saudara posting?
Informan	"Kunci suksesnya ada di "kreativitas tanpa batas". Aku biasanya "cari meme yang lagi viral", terus aku "modifikasi sedemikian rupa" dengan "menambahkan pesan-pesan dakwah yang "relate" sama kehidupan anak muda". Intinya, "hiburan oke, dakwah jalan!".
Peneliti	Apakah saudara pernah mendapat masukan dari audiens atau followers terkait aspek hiburan dalam meme dakwah yang saudara posting ?
Informan	"Sering banget dapet komentar kocak dari netizen". Ada yang bilang, "Kak, memenuya bikin aku ngakak sampai muntah pelangi!", atau "Gara-gara meme Kakak, aku jadi tobat nih!". Tapi ada juga yang "nyinyir", bilang memenuya "alay" atau "nggak lucu". Ya udah, "anggap aja itu bumbu-bumbu kehidupan".

TRANSKIP WAWANCARA

Kode : 005

Nama Informan : @memeislami.ig

Tanggal : 11 Desember 2024

Disusun Jam : 21.00

Tempat Wawancara : Whatsapp

Topik Wawancara : Motif Penggunaan Meme dalam Dakwahtainment

Peneliti	Apa motif yang mendorong saudara untuk memposting meme dakwah di instagram?
Informan	Sebenarnya sih simple aja, aku cuman pengen "berbagi kebaikan" lewat cara yang "asyik dan menyenangkan". Kebetulan aku suka bikin meme, ya udah deh sekalian aja "diselipin pesan-pesan dakwah". Siapa tau bisa "nambah pahala" juga, kan? Hehehe.
Peneliti	Apakah saudara merasa memposting meme dakwah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	membantu membangun hubungan atau jaringan dengan orang lain?
Informan	"Surprisingly", bikin meme dakwah bikin aku "punya banyak temen online" yang "super kece". Kita sering "tukaran pikiran", "sharing pengalaman", bahkan "sampai jadi partner dalam kebaikan". Keren banget, kan? "Silaturahmi jalan, dakwah juga jalan".
Peneliti	Bagaimana respons audiens atau followers terhadap postingan meme dakwah di Instagram?
Informan	Respon followers-ku bikin aku "terharu". Banyak yang "nge-DM", "komen makasih", bahkan sampai "ngajak kolaborasi". Rasanya "kayak jadi influencer dadakan", hehehe. Tapi serius, seneng banget bisa "memberi dampak positif" buat orang lain, walaupun cuma lewat "meme sederhana".
Peneliti	Bagaimana meme dakwah membantu saudara menyampaikan pesan kepada followers saudara?
Informan	Meme dakwah itu kayak "packaging yang menarik" buat "menyampaikan pesan yang berharga". Anak muda jaman sekarang kan "gampang bosan" kalo "disuruh dengerin ceramah mulu". Nah, dengan meme, dakwah jadi lebih "eye-catching" dan "nggak bikin ngantuk".
Peneliti	Kapan saudara biasanya memposting meme?
Informan	"Fleksibel" aja sih, "nggak ada waktu khusus". Bisa "pagi", "siang", "sore", atau "malam", tergantung "mood dan inspirasi". Kadang pas lagi "jalan-jalan", "nongkrong di cafe", atau "rebahan di kamar", tiba-tiba "dapat ide brilian", langsung deh "bikin meme".
Peneliti	Seberapa sering saudara memposting meme dakwah sebagai cara untuk mengalihkan diri dari kebosanan?
Informan	"Nggak menentu" juga sih, "kadang seminggu sekali", "kadang sebulan sekali", "kadang setahun sekali" (loh?!). Ya pokoknya "semampunya aja", "nggak usah dipaksa-paksa". Yang penting "istiqomah" dan "nggak lupa sama niat awal".
Peneliti	Bagaimana saudara mengatur waktu untuk membuat dan memposting meme dakwah di tengah kesibukan saudara?
Informan	"Time management is key", bro! Biar "nggak kehablasan", aku biasanya "nyisihin waktu khusus" buat bikin meme dakwah. Misalnya, "setiap malam minggu sebelum tidur", atau "setiap hari jumat sepulang kuliah". Lumayan kan, "bisa refreshing sekalian beramal".



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti	Dari mana saudara biasanya mendapatkan inspirasi untuk membuat meme dakwah?
Informan	"Sumber inspirasiku itu unlimited, kayak kuota internet unlimited" aja (halah!). Bisa dari mana aja, mulai dari "pengalaman pribadi, "buku", film, "musik", sampai "curhatan teman". Pokoknya "apa aja yang bikin hati tersentuh", bisa "dijadiin bahan buat meme dakwah".
Peneliti	Apakah saudara melakukan riset khusus sebelum membuat meme dakwah?
Informan	"Kalo memenya cuman "jokes" biasa, ya "nggak perlu riset mendalam" sih. Tapi kalo "udah masuk ranah agama", aku pasti "cari referensi yang valid dan terpercaya". "Nggak mau dong "nyebarin ajaran yang sesat". "Amit-amit!".
Peneliti	Apakah saudara memastikan sumber yang valid untuk meme dakwah yang saudara buat?
Informan	"Pasti dong!". "Validitas itu penting banget", biar "nggak menyesatkan orang lain". Aku biasanya "crosscheck" informasi dari "berbagai sumber", kayak "website resmi", "kitab-kitab klasik", atau "tanya langsung sama ahli agama". "Biar aman dan berkah".
Peneliti	Apakah saudara pernah merasa terbantu secara pribadi oleh informasi yang saudara temukan saat membuat meme dakwah?
Informan	"Jujur aja", bikin meme dakwah bikin aku "jadi lebih dalem ilmunya". "Nggak cuman "sharing" ke orang lain", tapi aku juga "dapat pengetahuan baru" dan "jadi lebih dekat sama Tuhan". "Mantap, kan?".
Peneliti	Mengapa saudara memilih meme sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah?
Informan	Karena meme itu "kekinian abis bro!". "Semua anak muda pasti punya Instagram", dan "meme itu salah satu konten yang paling banyak dilihat". Jadi, "sangat efektif" buat "nyampein pesan dakwah ke generasi millennial dan Gen Z". Lagian, "bikin meme itu gampang dan menyenangkan".
Peneliti	Menurut saudara apakah format meme lebih disukai oleh gen Z dibandingkan metode dakwah lainnya?
Informan	"Absolutely!". "Dibandingin metode dakwah lain yang "formal dan kaku", meme jauh lebih "friendly" dan "mudah diterima". "Nggak heran" kalo "banyak anak muda yang tertarik dengan dakwah lewat meme".



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti	Bagaimana meme memudahkan saudara menjangkau audiens di instagram?
Informan	"Gampang banget sih! Tinggal "upload meme ke Instagram", "kasih caption yang menarik", "pakai hashtag yang relevan", dan "tag teman-teman". "Kalo memena bagus", "bisa-bisa jadi viral" dan "dilihat ribuan orang". "Lumayan kan buat "nambah followers" (hehehe).
Peneliti	Apakah saudara merasa meme dakwah yang saudara buat juga harus menghibur, selain menyampaikan pesan agama?
Informan	"Tentu saja!". "Meme itu identik dengan humor". Kalo "nggak lucu", ya "nggak jadi meme dong!". Makanya, aku selalu "usahain bikin meme yang menghibur", tapi tetep "nggak lepas dari nilai-nilai dakwah". "Biar orang "senyum-senyum sendiri" pas bacanya.
Peneliti	Bagaimana saudara menyeimbangkan unsur humor dengan nilai-nilai dakwah dalam konten yang saudara posting?
Informan	"Balance is the key!". Aku biasanya "pilih gambar yang lucu dan menarik", terus "ditambahin teks yang berisi pesan dakwah". "Intinya", "hiburan dapat, hikmah juga dapat". "Nggak gampang sih", tapi "menurutku itu tantangannya".
Peneliti	Apakah saudara pernah mendapat masukan dari audiens atau followers terkait aspek hiburan dalam meme dakwah yang saudara posting ?
Informan	"Wah, banyak banget!". Ada yang "nge-DM khusus" cuman buat "ngucapin makasih", ada juga yang "request bikin meme tentang topik tertentu". "Seneng banget rasanya "bisa berkontribusi dalam menyebarkan kebaikan". "Semoga aja "meme-memeku bisa "jadi inspirasi buat banyak orang".



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 2 INSTRUMEN WAWANCARA

1. Interpersonal utility

- a. Apa motif yang mendorong saudara untuk memposting meme dakwah di instagram?
- b. Apakah saudara merasa memposting meme dakwah membantu membangun hubungan atau jaringan dengan orang lain?
- c. Bagaimana respons audiens atau followers terhadap postingan meme dakwah di Instagram?
- d. Bagaimana meme dakwah membantu saudara menyampaikan pesan kepada followers saudara?

2. Passing time

- a. Kapan saudara biasanya memposting meme?
- b. Seberapa sering saudara memposting meme dakwah sebagai cara untuk mengalihkan diri dari kebosanan?
- c. Bagaimana saudara mengatur waktu untuk membuat dan memposting meme dakwah di tengah kesibukan saudara?

3. Information seeking

- a. Dari mana saudara biasanya mendapatkan inspirasi untuk membuat meme dakwah?
- b. Apakah saudara melakukan riset khusus sebelum membuat meme dakwah?
- c. Apakah saudara memastikan sumber yang valid untuk meme dakwah yang saudara buat?
- d. Apakah saudara pernah merasa terbantu secara pribadi oleh informasi yang saudara temukan saat membuat meme dakwah?

4. Convenience utility

- a. Mengapa saudara memilih meme sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah?
- b. Menurut saudara apakah format meme lebih disukai oleh gen Z dibandingkan metode dakwah lainnya?
- c. Bagaimana meme memudahkan saudara menjangkau audiens di instagram?

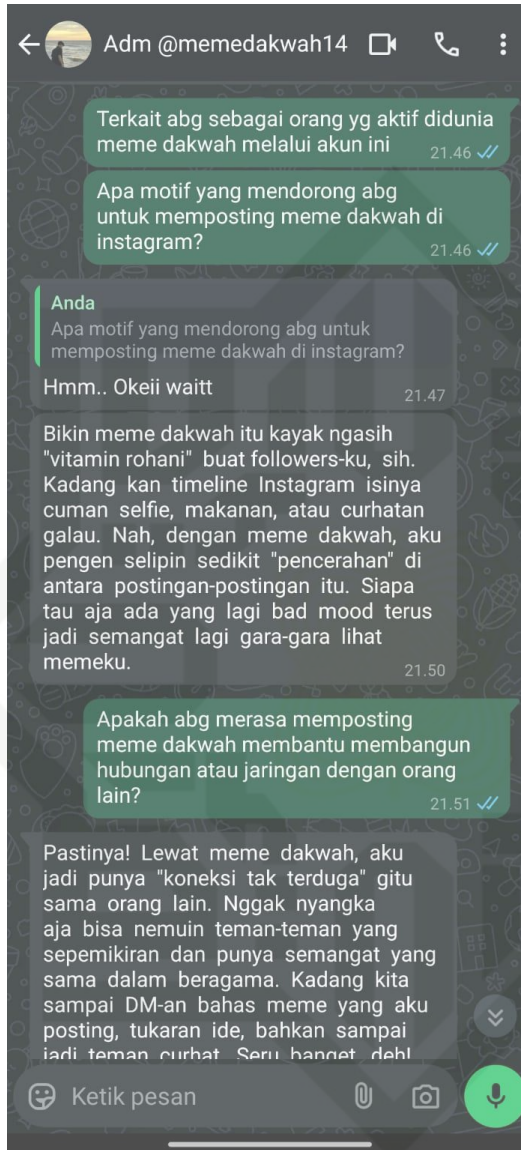
5. Entertainment

- a. Apakah saudara merasa meme dakwah yang saudara buat juga harus menghibur, selain menyampaikan pesan agama?
- b. Bagaimana saudara menyeimbangkan unsur humor dengan nilai-nilai dakwah dalam konten yang saudara posting?
- c. Apakah saudara pernah mendapat masukan dari audiens atau followers terkait aspek hiburan dalam meme dakwah yang saudara posting ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 3 SCREENSHOT WAWANCARA DENGAN NARASUMBER PENGGUNA #MEMEDAKWAH

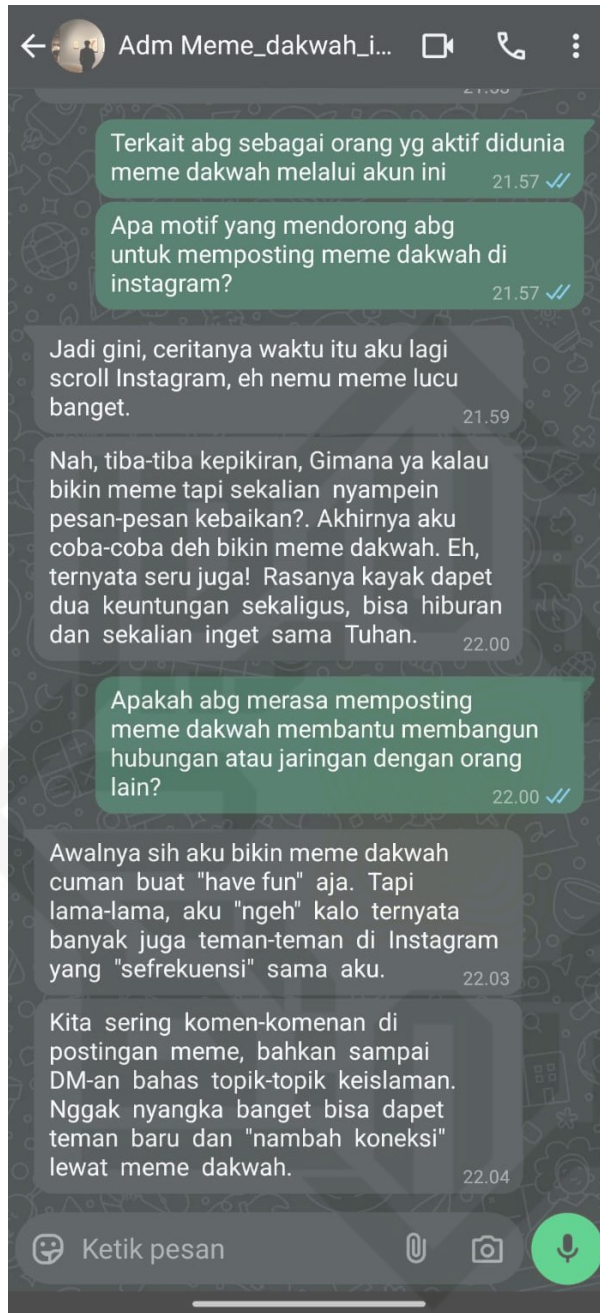


Narasumber 1

Chat bersama Admmemedakwah14 melalui aplikasi pesan whatsapp

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

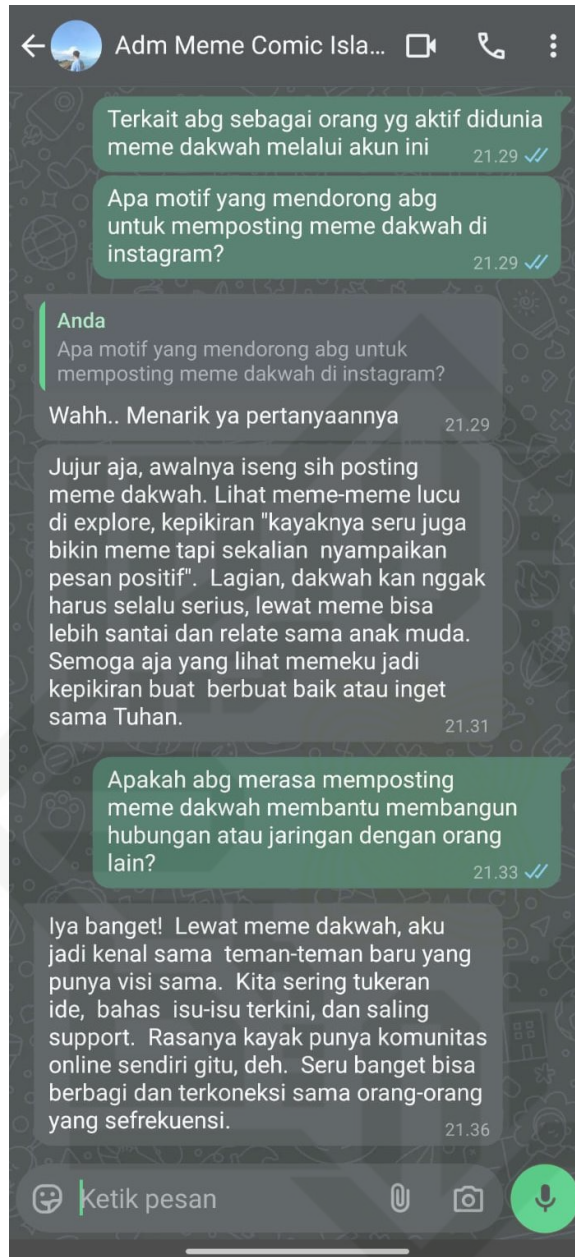


Narasumber 2

Chat bersama Adm Meme Dakwah Islam melalui aplikasi pesan whatsapp

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

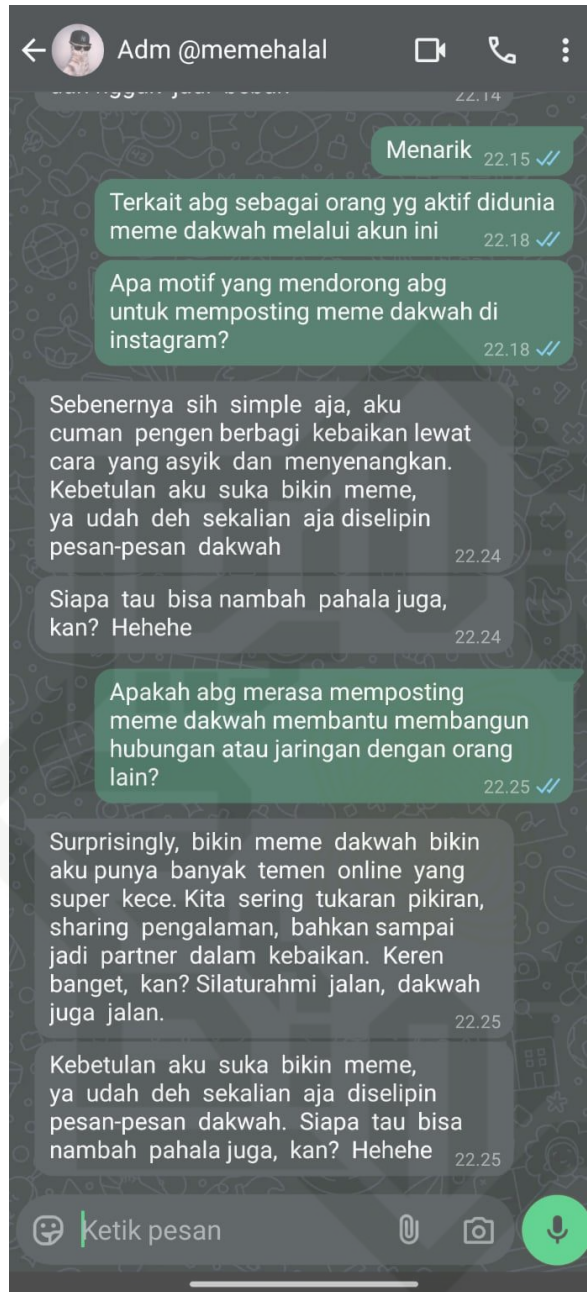


Narasumber 3

Chat bersama Adm Meme Comic Islam melalui aplikasi pesan whatsapp

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

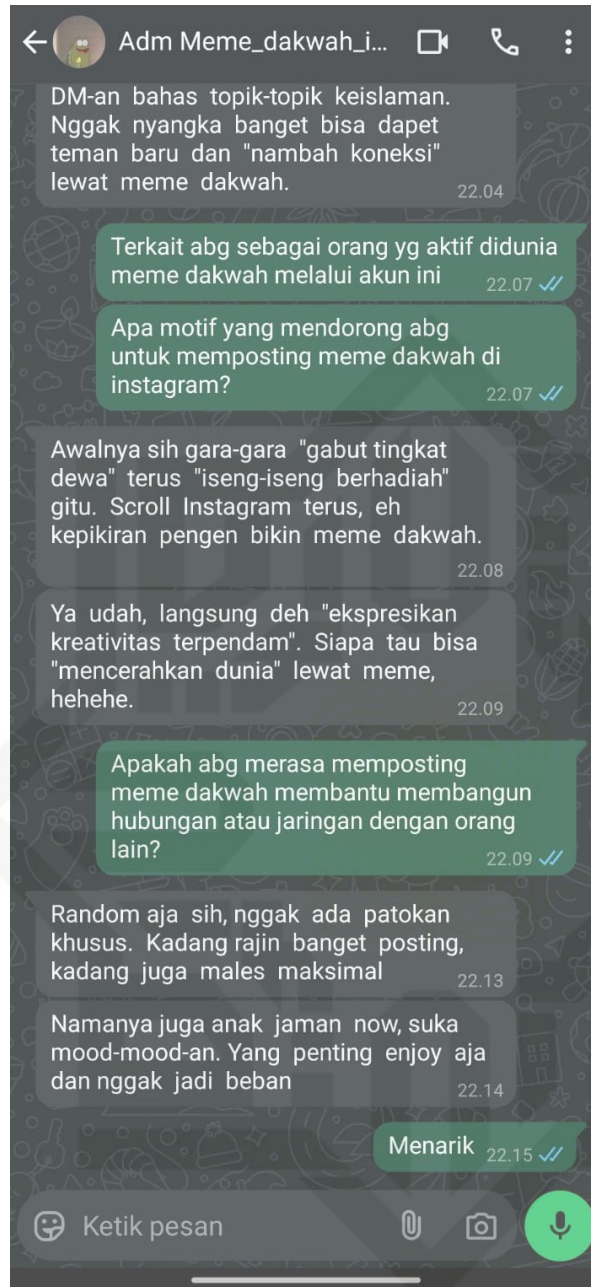


Narasumber 4

Chat bersama Adm Meme Halal melalui aplikasi pesan whatsapp

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Narasumber 5

Chat bersama Adm Meme Dakwah Islam melalui aplikasi pesan whatsapp