

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	iv
MOTTO PENULIS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Kerangka Pemikiran	8
G. Langkah-Langkah Penelitian	16
BAB II : KAJIAN TEORITIS TENTANG MEME SEBAGAI MEDIA TABLIGH DI	
INSTAGRAM	
A. Tabligh.....	22
1. Pengertian Tabligh.....	22
2. Tujuan Tabligh	25
3. Pengertian Media Tabligh	25
B. Meme.....	28
1. Pengertian Meme.....	28

2. Sejarah Meme.....	29
3. Internet Meme	31
C. Instagram	35
1. Pengertian Instagram	35
2. Sejarah Instagram	35
3. Fitur-Fitur di Instagram	37
D. Teori Interaksionisme Simbolik	38
1. Pengertian Interaksionisme Simbolik.....	38
2. Sejarah Munculnya Teori Interaksionisme Simbolik	40
 BAB III : HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN	
A. Kondisi Objektif Penelitian	46
1. Profil Komunitas Sahabat Islami.....	46
2. Profil Pengurus Komunitas Sahabat Islami	50
3. Kegiatan Komunitas Sahabat Islami.....	51
4. Kegiatan Kitabah Admin Sahabat Islami di Media Sosial Instagram	53
B. Pembahasan Penelitian	54
1. Produksi Meme dalam Kegiatan Kitabah Admin Sahabat Islami	54
2. Proses Interaksionisme Simbolik antara Admin dan Pengguna Instagram	59
a. Pikiran (<i>Mind</i>)	60
b. Diri (<i>Self</i>).....	64
c. Masyarakat (<i>Society</i>)	67
3. Optimalisasi Tabligh Melalui Meme Sebagai Media Tabligh.....	79
a. Kelebihan Meme Dijadikan Sebagai Media Tabligh	81
b. Kekurangan Meme Dijadikan Sebagai Media Tabligh	82
C. Hasil Penelitian	84
 BAB IV : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	88

B. Saran

1. Untuk Para Akademisi.....92
2. Untuk Akun dan Admin Media Sosial Islam.....93
3. Untuk Netizen.....93

DAFTAR PUSTAKA.....94

LAMPIRAN-LAMPIRAN96

