

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meme merupakan sebuah tulisan atau gambar atau foto yang dibuat berdasarkan kreatifitas seseorang yang membuat meme tersebut dengan tujuan dasarnya untuk menghibur. Namun perkembangan meme dari waktu ke waktu sudah beragam manfaatnya, dapat di jadikan sebuah opini masyarakat tentang sesuatu, memberikan unsur pendidikan. bahkan dapat menjadi senjata untuk mempropaganda sesuatu lewat olokan dan sindiran-sindiran dengan tujuan menyebarkan pesan-pesan dan memiliki keinginan untuk merubah sikap dan pendapat dari orang lain.

Meme merupakan sebuah simbol atau lambang wujud dari hasil kreatifitas maupun curahan hati seorang penulis yang coba disampaikan pada khalayak, menurut Prof. Dukyer sebagaimana dikutip oleh Santoso (1991:17) “lambang digunakan untuk mempengaruhi perasaan atau pikiran manusia sedemikian rupa”. Meme digunakan sebagai media tabligh bagi kalangan muslim yang disebut Meme islami. Karena sifat meme yang berada di media sosial, maka tidak terikat apapun siapa yang harus menulis meme islami, bukan kalangan muballigh melainkan seluruh umat muslim dapat menulis meme islami dengan catatan isi meme tersebut harus sesuai dengan keterangan yang ada di ajaran agama islam. Transformasi meme dengan isi yang beragam

membuat meme islami harus terus ada dan di kembangkan dengan tujuan memberikan pesan yang mengajak kepada kebaikan sebagai pengingat bagi sesama muslim maupun seluruh umat manusia.

Media sosial di internet atau ada juga yang menyebut sebagai istilah *cyberspace*, disebut *cyberspace* karena bentuk komunikasi yang terjadi adalah komunikasi digital. Menurut John Perry Barlow, *Cyberspace* adalah setiap ruang informasi interaktif yang diciptakan media yang begitu padat sehingga disana ada kesadaran tentang kehadiran orang lain”, (Jeff Zaleski.1999:55). Dalam arti lain *cyberspace* merupakan ruang virtual yang tercipta melalui penggunaan komputer maupun gadget yang terbentuk ketika dua orang atau lebih melakukan komunikasi dengan menggunakan komputer atau gadget.

Komputer maupun gadget merupakan bagian dari komunikasi penting bagi semua manusia, adanya media sosial khususnya instagram membuat komunikasi menjadi lebih mudah baik mengirim pesan, foto dan lain-lain. Sehingga perkembangan meme di Indonesia sangat lancar dan diterima baik oleh masyarakat dengan tujuan ada hiburan ketika membacanya. Meskipun meme bukan berasal dari Indonesia, meme yang dijadikan sebagai media penyampai pesan kebaikan begitu besar peluangnya mengingat ruang lingkungannya adalah dunia maya, maka peyebarluasan meme akan sangat cepat dengan dibantu pula oleh beberapa blog di internet yang memfokuskan pada pembuatan meme seperti Sahabat islami. Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran islam, pada hakikatnya dakwah bukan hanya kewenangan

ulama atau tokoh agama, setiap muslim bisa melakukan dakwah, karena dakwah bukan hanya ceramah agama. Meme yang dijadikan sebagai media dakwah dan media pada hakikatnya merupakan saluran yang menghubungkan da'i dan mad'u atau komunikan dan komunikator.

Dakwah terdapat dua dimensi besar : Pertama, mencakup penyampaian pesan kebenaran, yaitu dimensi kerisalah-an (*bi-ahsan al-qawl*). Kedua, mencakup pengaplikasian nilai kebenaran yang merupakan dimensi kerahmatan (*bi ahsan al-'amal*). Dari dimensi kerisalahan ada tabligh dan irsyad. Sedangkan dalam dimensi kerahmatan ada tadbir dan tatwir (Kusnawan et.al 2004:8). Dalam *Buku Ilmu Dakwah* juga disebutkan Bentuk-bentuk kegiatan dakwah pun beragam diantaranya Tabligh, Irsyad, Tadbir, Tathwir. Tabligh sebenarnya dapat disampaikan melalui lisan dan tulisan (Moh.Ali Aziz 2009:22). Baik itu berupa cetak maupun online.

Dakwah ataupun tabligh terbagi dalam 3 ranah yaitu Khitabah, Kitabah dan I'lam. Tulisan didalam Meme disini masuk ke ranah Kitabah dimana berdakwah lewat tulisan atau dengan kata lain menyampaikan sesuatu kepada orang lain dengan cara tidak langsung. Meme hanya terdapat di dunia maya sehingga penyampaiannya tidak bertatap muka. Meskipun dilakukan secara tidak langsung, Meme tetap menimbulkan interaksi dari pembacanya, dengan menghadirkan pos komentar dibawah meme. Pembuat Meme mengharapkan adanya interaksi secara simbolik dari para pembaca dengan menanggapi Meme lewat pos komentar yang disediakan.

Meme sebagai media tabligh merupakan bagian dari komunikasi sebagai media untuk berinteraksi dalam pesan yang disampaikan sengaja maupun tidak disengaja, ini akan sangat membantu khususnya admin sebagai komunikator untuk mengetahui apakah pesan mereka telah tersampaikan atau tidak dan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian makna terjadi pada suatu pesan yang terkandung dalam Meme. Interaksi dalam pandangan Islam di dalam Al Qur'an disebutkan bahwa Allah SWT menciptakan manusia dengan keragaman bangsa serta suku adalah dalam rangka saling kenal mengenal satu sama lain (*lita'arofu*) kesempurnaan fitrah seseorang bisa dilihat dari kemampuan ia berinteraksi dengan sesama manusia.

Allah SWT menjadikan orang-orang yang selalu ta'awun dalam kebenaran dan kesabaran dalam kelompok orang yang tidak merugi hidupnya. (QS: Al-Ashr: 1-3). Maka hendaknya ketika umat Islam berinteraksi mengerahkan segala daya dan upayanya untuk senantiasa melakukan perubahan ke arah kebaikan pada masyarakat dengan memanfaatkan peluang, momen yang ada. Meme menjadi alat untuk berkomunikasi sekaligus merupakan sebuah simbol dalam media sosial sebagai perantara antara admin dan khalayak.

Mengenai besarnya peluang bertabligh menggunakan meme bagi muslim begitu terbuka lebar terlebih dengan perkembangan meme digunakan untuk media propaganda serta media untuk mengkritik bahkan bisa mencemarkan nama baik seseorang. Maka Pemerintah Indonesia mengeluarkan aturan

Undang-Undang terkait pencemaran nama baik di Undang-Undang ITE No.11 Tahun 2008 pasal 27 ayat 3. Hal ini sebanding lurus mengenai etika persepsi akan benar atau salahnya suatu tindakan dan perilaku.

Efektifitas tabligh di media sosial internet atau *cyberspace* cukup efektif setidaknya dalam hal penyampaian pesan yang bersifat interaktif dan simbolik. Dakwah melalui media sosial dengan pesan yang dipakai adalah meme dapat diterima oleh semua golongan namun terbatas pada lingkungan, persebaran yang dilakukan hanya berbasis jaringan internet sehingga bagi kaum-kaum minoritas yang khususnya belum mengetahui media sosial akan sulit terjangkau. Namun di era modernisasi sekarang sudah bukan hal yang mustahil lagi dikarenakan kebanyakan kaum muda sudah tahu dan memiliki akun media sosial masing-masing.

Meme hadir sebagai bagian terobosan dari penyebaran ajaran islam yaitu sebagai media untuk bertabligh, bahasa yang ringan, lebih dapat diterima dan diperhatikan oleh pengguna media sosial khususnya instagram. Meme setidaknya mampu mempengaruhi sisi psikologis pengguna instagram atau lebih umumnya yang membaca meme islami merasa termotivasi untuk bisa menjalankan kehidupan sebaik-baiknya karena efek dari pesan yang ditimbulkan oleh meme yang diposting di media sosial khususnya instagram.

B. Identifikasi Masalah

Gambar, tulisan berupa kata-kata maupun lukisan merupakan sebuah simbol dari bagian komunikasi untuk menyampaikan sesuatu dari penulis kepada pembaca tulisan maupun orang yang melihat gambar penulis dengan cara tidak langsung lewat interaksi simbolik dengan menghadirkan pos-pos komentar. Pada zaman sekarang lebih dikenal dengan sebutan Meme yang tersebar luas di internet di media sosial khususnya instagram.

Permasalahan yang terlihat adalah fungsi Meme yang di adopsi dari barat merupakan media hiburan semata namun dilihat di zaman sekarang khususnya di Indonesia, Meme digunakan untuk bahan olokan bahkan mencemarkan nama baik seseorang menjadi buruk dikalangan sosial. Sehingga bermunculan Meme Islami dengan tujuan untuk menyebarkan kebaikan lewat Meme di internet khususnya media sosial instagram.

Dari pemaparan di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti identifikasi permasalahan tersebut untuk dijadikan judul skripsi. Proposal skripsi ini diberi judul **“Perspektif Teori Interaksionisme Simbolik Tentang Peranan “Meme” Sebagai Media Tabligh (Studi deskriptif Tentang Kegiatan Kitabah Kelompok Sahabat Islami Pada Media Instagram)”**.

C. Rumusan Masalah

Masalah pokok dalam penelitian ini difokuskan pada studi kasus berdasarkan pada **“Perspektif Teori Interaksionisme Simbolik Tentang Peranan Meme Sebagai Media Tabligh (Studi deskriptif Tentang Kegiatan Kitabah Admin Sahabat Islami Pada Media Instagram)”**. Dari masalah pokok

tersebut, penulis merumuskan beberapa rumusan masalah untuk skripsi ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Apa hakikat Meme secara ilmiah ?
2. Bagaimana proses Interaksionisme Simbolik antara pembuat Meme dengan pembaca ?
3. Bagaimana optimalisasi tabligh melalui media Meme yang dijadikan sebagai Media Tabligh ?

D. Tujuan

1. Untuk mengetahui Meme menurut kajian ilmiah
2. Untuk mengetahui proses Interaksionisme Simbolik antara pembuat meme dan pembaca
3. Untuk mengetahui optimalisasi tabligh melalui media Meme yang dijadikan sebagai Media Tabligh

E. Kegunaan

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan memberi kontribusi agar perkembangan dakwah islam semakin baik khususnya bagi kalangan muslim dan muslimah dalam melaksanakan dakwah islam di zaman modern.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi tuntunan dan sebagai motivasi bagi para muslim dan muslimah, melihat fenomena dakwah dengan

menggunakan meme sebagai media tabligh yang berbasis media sosial yang digandrungi semua orang sehingga kegiatan dakwah maupun tabligh semakin beragam di zaman modern saat ini.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Enjang AS, Aliyudin (2009:56) “Tabligh pada prinsipnya bersifat kontinyu, artinya sebagai kegiatan dakwah yang senantiasa terus menerus harus dilaksanakan. Kaum muslimin punya kewajiban untuk terus menerus menyampaikan (tabligh) ajaran Islam sampai akhir hayatnya. Dalam perkembangan ilmu dakwah, tabligh dilakukan dengan cara menyampaikan ajaran islam melalui media mimbar atau media massa (baik elektronik atau cetak), dengan sasaran khalayak”.

Dikutip dari buku Komunikasi Penyiaran Islam (2004:ix) Dalam institusi kelembagaan pendidikan tinggi, tabligh merupakan kajian dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Spesifikasi kajian tentang upaya mentransformasikan dan menginternalisasi nilai-nilai Islam kepada umat yang sifatnya massa (khalayak) dengan menggunakan media massa. Menurut Moh. Ali Aziz (2009: 23) bahwa Pesan tabligh ataupun dakwah haruslah membuat orang menjadi paham, maka disebutkan dalam surat Yasin ayat 17.



Dan kewajiban Kami tidak lain hanyalah menyampaikan (perintah Allah) dengan jelas (QS. Yasin:17).

Sehingga tergambar jelas bahwa target utama tabligh adalah ranah kognitif (pemahaman dan pemikiran), bukan ranah afektif (sikap) maupun behavioral (prilaku) mad'u.

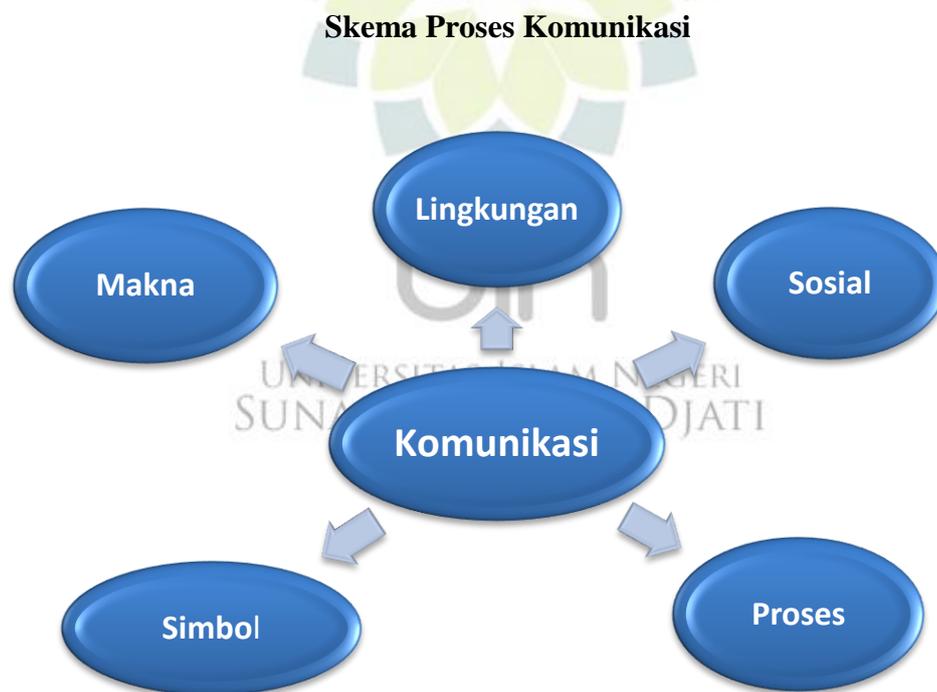
Menurut Siti Sumijati dikutip langsung oleh (Aep Kusnawan,2004:ix) “Tabligh merupakan suatu penyebarluasan ajaran Islam yang memiliki ciri-ciri tertentu. Ia bersifat insidental, oral, massal, seremonial bahkan kolosal. Ia terbuka bagi beragam agregat sosial dari berbagai kategori berhubungan dengan peristiwa penting dalam kehidupan manusia secara individual atau kolektif. Mencakup penyebarluasan ajaran Islam melalui saran transmisi dengan menggunakan elektromagnetik yang juga bersifat massal”.

Melihat sejarah perkembangannya, Meme merupakan media hiburan semata, bahkan sisi negatifnya bisa dijadikan sebagai alat untuk menjatuhkan seseorang lewat kata-kata ataupun gambar dengan bertujuan mengolok-olok orang tertentu. Namun dampak positif yang ditimbulkan Meme, dapat dijadikan sebagai media untuk menyampaikan kebaikan kepada khalayak dengan memilah mana Meme yang digunakan untuk mengolok-olok orang lain mana yang tidak. Hal ini berhubungan dengan Firman Allah dalam Surat Al-Hujurat ayat 6 :



Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (Q.S. Al-Hujurat:6).

Proses komunikasi merupakan bagian dari interaksi sosial antar manusia, komunikasi yang di rangkai melalui proses tabligh didukung peranan penting baik dari segi sosial, lingkungan dan juga simbol yang selalu muncul dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa istilah penting yang digunakan dalam mendefinisikan komunikasi.



Sumber Gambar 1

Menurut Richard West dan Lynn H. Turner (2009:5) “Komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam kehidupan mereka. Seperti yang dijelaskan dalam gambar diatas perkembangan definisi komunikasi beragam dan diyakini bahwa komunikasi adalah suatu proses sosial, komunikasi adalah simbol, komunikasi sebagai pembentukan makna dan komunikasi terjadi dalam sebuah lingkungan atau situasi”.

Metode tabligh ada khithabah (lisan) dan kitabah (tulisan), tabligh yang disampaikan dalam perkembangan teknologi saat ini khususnya internet tentunya melalui tulisan yang berupa blog dan juga bentuk lainya seperti gambar, foto. Istilah yang trend saat ini bentuk gambar ataupun foto dengan dilengkapi tulisan disebut dengan MIM dalam bahasa Indonesia dinamakan Meme. Di era modern saat ini internet sudah merupakan kebutuhan seperti halnya Televisi, dalam menyikapi teknologi komunikasi di internet khususnya di media sosial mau tidak mau seorang muslim jika ingin bertabligh tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan pendengarnya.

Seiring berkembangnya meme di kalangan masyarakat Indonesia khususnya para anak muda, maka bermunculan pula meme yang lebih ke bentuk gambar maupun hanya tulisan atau kata-kata yang mempunyai nilai-nilai keagamaan yang banyak tersebar di jejaring sosial. Menurut pandangan Muhammad A'la Thanvi, seorang leksikograf abad ke-18 di India, membahas bahwa dalam tabligh ada aspek yang berhubungan dengan kepaiawaian

penyampai pesan dalam merangkai kata-kata yang indah yang mampu membuat lawan bicara terpengaruh dengan pesan yang disampaikan (Enjang AS, Aliyudin 2009:53).

Menurut Ralph Larossa dan Donald C.Reitzes mengatakan bahwa “interaksi simbolik pada intinya sebuah kerangka refensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya membentuk perilaku manusia”, (West dan H.Turner, 2009:96). Tujuan inti meme islami dibuat adalah untuk menciptakan spiritualitas lewat media internet (*Cyberspace*). Menurut Syaikh Hisyam Muhammad Kabbani, “spiritualitas adalah sejenis transmisi energi antara umat manusia, jika kita dapat menerimanya, karena manusia adalah penerima dan pentransmisi pada waktu yang sama. Inilah yang di lihat dari internet bahwa dalam internet segala sesuatunya menerima dan mengirim”, (Jeff Zaleski. 1999:86) Dan juga melalui internet semua orang mengirimkan informasi dengan tujuan orang lain agar tau apa yang dikirim dan pesan apa yang sedang dikirim kepada khalayak.

Internet dan segala apapun yang ada didalamnya sebagai sebuah ruang yang abstrak, maka interaksi didalamnya bersifat simbolik. Dalam ruang fisik kita melakukan kontak secara fisik sedangkan di *cyberspace*, kontak sosialnya hanya direpresentasikan melalui teks, audio visual. Menurut Fakhruroji (2011) beliau mengembangkan konsep Cyber Islamic Environments (CIEs) atau lingkungan islami dijagat maya sebagai bentuk kesadaran mendalam umat

islam tentang perkembangan teknologi internet melalui proses identifikasi diri yang dilakukan dengan cara memfungsikan sejumlah variasi konteks digital sebagai respon umat islam. Dengan kata lain, konsep ini menjelaskan identitas dan representasi umat islam di dunia *cyberspace* atau jagat maya (Asep Saeful Muhtadi.2012:63).

Sehubungan dengan hal ini, Meme sebagai salah satu karya tulis di media sosial. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Interaksionisme Simbolik. Definisi Interkasionisme simbolik menurut kamus komunikasi (Effendy,1989:352) adalah “suatu paham yang menyatakan bahwa hakekat terjadinya interaksi sosial antar individu dengan kelompok, kemudian antar kelompok dan masyarakat, ialah karena komunikasi suatu kesatuan pemikiran dimana sebelumnya pada diri masing-masing yang terlibat berlangsung internalisasi atau pembatinaan”, (dikutip langsung dari blog <http://eric-harramain.blogspot.co.id/2009/07/teori-interaksi-simbolik-karangan-meric.html?m=1> yang diakses pada Sabtu tanggal 16/01/2016 pukul 14:47). Pada kenyataanya, Interaksionisme Simbolik membentuk sebuah jembatan antara teori yang berfokus pada individu-individu dan teori yang berfokus pada kekuatan sosial (West dan H.Turner, 2009:96).

Teori ini mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Interaksi simbolik ada karena adanya ide-ide dasar dari Teori Mead dalam pembentukan

maknanya, yaitu pikiran manusia (*Mind*), mengenai konsep diri seseorang (*Self*), dan menginterpretasi makna dalam masyarakat (*Society*) setelah adanya interaksi sosial (Ritzer & J.Goodman, 2008:271).

Salah satu kebutuhan pokok manusia seperti dikatakan Susanne K.Langer adalah “kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Dalam prinsip-prinsip komunikasi juga disebutkan bahwa komunikasi adalah proses simbolik”. Maka tak heran jika Ernst Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum* (Mulyana,2008:92).

Meskipun begitu, internet merupakan bagian dalam komunikasi digital era saat ini, maka didukung pula mengenai konsep dasar komunikasi nya diantaranya : Dunia maya, Virtual reality (VR), Komunitas maya, Chat room, MUD dan Bot, interaktivitas, hypertext dan multimedia (Severin J.Werner-Jr.Tankard W. James. 2009:445). Hasil dari penerapan teori ini diharapkan terbentuk nya makna yang beragam dalam proses pemahaman suatu simbol (Meme) untuk memberikan pengaruh serta adanya feedback dari individu lain sehingga terciptanya interaksi yang menuju pada kebaikan.

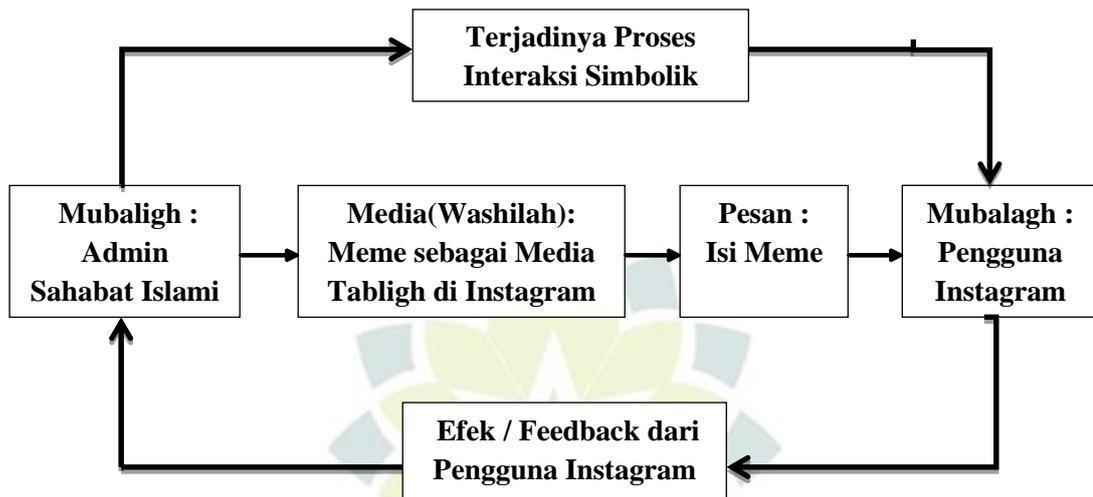
Berdasarkan teori yang digunakan, diduga bahwa semakin sering sang pembuat meme dakwah menjelaskan arti meme tersebut secara garis besar. Meskipun kegiatan bertabligh yang dilakukan ini tidak secara langsung bertatap muka namun efektifitas dari gaya penulisan kata-kata di Meme akan lebih diterima dikalangan khalayak khususnya bagi anak muda. Interaksi

simbolik tidak akan terjadi jika antar individu tidak melakukan komunikasi satu sama lain, sehingga bagi para da'i (admin Meme dakwah) akan melakukan interaksi dengan khalayak dalam sebuah post komentar.

Teori ini mengkaji bagaimana manusia menggunakan simbol untuk mengembangkan pandangan mereka terhadap sesuatu dan untuk saling berkomunikasi (M.Henslin.2007:14). Media sosial Meme hadir sebagai perantara seorang komunikator kepada komunikan. Konsep interaksi simbolik ini analogi nya sama seperti seorang anak kecil sedang berbicara dengan mainan (M.Henslin.2007:112).

Tujuan adanya tanggapan ataupun respon dari pembaca kepada admin yang dapat dikatakan sebagai interaksi simbolik lewat gerak isyarat tertulis dalam mengekspresikan diri baik itu berupa komentar maupun emoticon yang bisa mewakili ekspresi seseorang di media internet tentang rasa humor, kecewa dan lain-lain. Meskipun simbol ini tidak sedemikian spontan seperti isyarat nonverbal pada interaksi tatap muka (M.Henslin.2007:45). Namun simbol-simbol seperti emoticon dan komentar akan bermanfaat bagi keberlangsungan interaksionisme simbolik yang sedang terjadi lewat perantara meme. Melalui kerangka teori ini, penulis akan mendeskripsikan tentang **“Perspektif Teori Interaksionisme Simbolik Tentang Peranan “Meme” Sebagai Media Tabligh (Studi deskriptif Tentang Kegiatan Kitabah Admin Sahabat Islami Pada Media Instagram)”**.

Untuk lebih jelasnya, uraian di atas dapat digambarkan dalam skema berikut :



Gambar 2. Proses Interaksi Simbolik melalui Meme

G. Langkah – Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Mengenai judul skripsi yang peneliti pilih yaitu “Perspektif Teori Interaksionisme Simbolik Tentang Peranan “Meme” Sebagai Media Tabligh (Studi deskriptif Tentang Kegiatan Kitabah Admin Sahabat Islami Pada Media Instagram)”. Penelitian ini berlangsung di akun instagram milik komunitas Sahabat Islami, penelitian dilakukan selama 5 bulan setelah turunnya SK penelitian skripsi ini, dari bulan April sampai bulan Juli tahun 2016. Alasan penelitian ini dilakukan di akun sahabat islami, meliputi :

Pertama, alasan akademis, yakni permasalahan peneliti meneliti meme merupakan hal baru apalagi yang diteliti merupakan meme islam.

Akun sahabat islami dipilih karena produksi meme di akun ini sangat produktif setiap harinya sehingga memudahkan peneliti untuk meneliti meme yang bermuatan pesan tabligh dan dalam proses pengumpulan data tidak akan mempersulit.

Kedua, alasan praktis, yakni lokasi penelitian ini tidak banyak memakan jarak dan biaya. Karena penelitian dilakukan di media sosial instagram yaitu di akun sahabat islami. Adapun untuk pengumpulan data berbentuk wawancara untuk mengetahui secara detail tentang komunitas dan akun sahabat islami, secara keseluruhan penelitian hanya dilakukan di media sosial instagram.

2. Metode Penelitian

Sesuai dengan masalah yang hendak penulis teliti, maka penulis menggunakan metode deskriptif. Metode ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau kriteria populasi atau bidang tertentu secara faktual dan cermat, tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis (Fak.Dakwah & Komunikasi.2013:79).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Rachmat Kriyanto, 2007:69). Maka peneliti akan menggambarkan atau mendeskripsikan secara sistematis dan apa adanya tentang Perspektif Teori Interaksionisme Simbolik tentang

Peranan “Meme” sebagai Media Tabligh di akun sahabat Islami di media sosial instagram.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

- 1) Jenis Data Primer. Data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti data yang diperoleh dari responden secara langsung. Jenis data primer yang digunakan berupa hasil dari wawancara dengan pengurus akun dan komunitas sahabat islami.
- 2) Jenis Data Sekunder. Data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti serta dari studi Pustaka. Dapat dikatakan, data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, SMS, foto dan lain-lain. Sebagai data tambahan, data sekunder yang digunakan merupakan bukti-bukti meme yang diposting di akun instagram.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 sumber data. Yaitu:

- 1) Sumber data Primer adalah sumber data yang didapat dari objeknya langsung yaitu akun sahabat islami yang memang memproduksi atau

membuat sampai memposting meme yang mengandung pesan tabligh di akun instagram.

- 2) Sumber data Sekunder adalah sumber data yang diambil dari bahan-bahan perpustakaan berupa buku-buku, hasil penelitian orang lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. teknik pengumpulan data yang digunakan, diantaranya :

a. Observasi

Pengamatan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti baik dengan secara langsung maupun tidak langsung. Karena perlu kecermatan dan ketelitian, dalam praktiknya observasi ini menggunakan alat-alat perekam, kamera dan daftar catatan (Fak.Dakwah & Komunikasi.2013:79). Peneliti mengamati secara langsung mulai dari proses pembuatan meme dakwah sampai dengan meme itu sudah diposting di instagram untuk mengamati proses interaksi simbolik antara pemilik admin dan khalayak. Di tempat sekretariat komunitas Sahabat Islami.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti dan sebagai informannya yaitu Ketua komunitas sahabat islami yang mengurus dan mengatur segala

kegiatan di akun sahabat islami dan wawancara bertempat di Sekretariat sahabat islami.

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih, dengan bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Chalid Narbuko,2012:83). Sebelum wawancara dilakukan, peneliti meminta ijin kepada informan untuk menggunakan alat perekam. Sebelum dilangsungkan wawancara mendalam, peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topik penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden (Fathoni,2011:112). Teknik ini dilakukan dengan mencari bukti-bukti yang ada di internet khususnya media sosial berupa foto, atau video pendek, maupun dokumen-dokumen kegiatan yang dilakukan komunitas sahabat islami.

5. Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bognan & Biklen (1982) sebagaimana dikutip Moleong (2007:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Analisis data pada penelitian kualitatif bukanlah berdasarkan ukuran-ukuran matematis yang terlebih dahulu ditetapkan peneliti dan disepakati oleh pengamat lain. Analisis data dilakukan setelah data-data yang terkumpul dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian diperiksa kembali dan dikategorisasikan untuk mengarahkan penemuan-penemuan data menjadi tetap terarah dan tersusun sesuai dengan penelitian yang dikehendaki.

