

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah dalam al-Quran dari berbagai bentuknya terdapat 211 kali, dalam hal ini kata dakwah yang diungkapkan dalam al-Quran menggambarkan dakwah itu sangat penting dan memiliki arti untuk menyebar luas kan ajaran Islam yang harus dilakukan oleh umat Islam. Baik secara professional dan terencana maupun individu tau kelompok dalam menyebarkan dakwah¹.

Pengertian dakwah yang tersampaikan pada perspektif al-Quran yang tertulis dalam ayat ayat pada al-Quran memiliki pandangan bahwa dakwah berarti menyeru, memohon ataupun mengajak. Dakwah merupakan sebuah ajakan kepada manusia untuk berada pada jalan dan situasi yang baik atau dengan kata lain, dakwah dalam arti permohonan atau doa kepada Tuhan dan Allah menjanjikan akan mengabulkannya, dengan syarat melakukan semua perintah Allah dan beriman padanya. Kemudian dakwah yang berarti mengajak kepada ma'ruf yang diredhai Allah SWT dan melarang berbuat mungkar, perbuatan yang dibenci oleh Allah².

Dakwah merupakan suatu sistem yang berperan dalam menyampaikan informasi tentang kebenaran, kebajikan, dan petunjuk agama, sekaligus mengungkap berbagai bentuk kebatilan. Hal ini dilakukan melalui beragam teknik, metode, serta media lainnya yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut kepada masyarakat. Teknik dakwah dapat mencakup berbagai pendekatan, seperti ceramah, kajian, dialog interaktif, penerapan nilai-nilai moral, dan penggunaan teknologi informasi. Metode yang diterapkan dalam dakwah melibatkan penyampaian pesan dengan bahasa yang jelas, penyusunan argumen yang kokoh, dan penggunaan analogi atau perumpamaan untuk memudahkan pemahaman. Selain itu, dakwah juga dapat dilakukan melalui media massa, buku,

¹ Novri Hardian, 'Dakwah Dalam Perspektif', *Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* , 2018, 5 <<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/download/92/77>>.

² Hardian.

audio, video, serta platform online guna mencapai khalayak yang lebih luas.³

Dakwah Islam dimulai sejak turunnya wahyu pertama kepada Nabi Muhammad Saw. dan terus berkembang melalui berbagai zaman, mencakup periode Khulafaurasyidin, Bani Umayyah, Bani Abbasiyah, hingga Dinasti Klasik. Informasi utama dalam dakwah mencakup subjek, objek, materi, dan media dakwah.

Konversi dakwah melibatkan transformasi sistem kelembagaan dan manajerial. Output aktivitas dakwah mencakup pola perilaku keberagaman dalam masyarakat setempat. Feedback mengukur dampak positif atau negatif aktivitas dakwah setelah dikonversi menggunakan analisis SWOT. Lingkungan adalah faktor terakhir, merujuk pada kondisi masyarakat yang berinteraksi dengan aktivitas dakwah. Aktivitas dakwah merupakan proses ikhtiar menyampaikan ajaran Islam dengan bijaksana, menggunakan argumentasi dan informasi yang baik. Pesan dakwah seharusnya memberikan petunjuk hidup yang menyejukkan hati.⁴

Dahulu, Wali Songo memulai dakwah dengan menggunakan media tradisional seperti gamelan, wayang, dan corong-corong, yang digunakan untuk mengumpulkan umat Islam di masjid, balai rakyat, dan rumah ulama. Kemudian, dakwah berkembang ke media yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja, seperti radio dan kaset rekaman berisi ceramah agama, hingga tayangan ceramah di televisi. Saat ini, pendengar tidak perlu hadir secara langsung untuk menyaksikan ceramah; mereka dapat mendengarkannya sambil beraktivitas di rumah masing-masing. Pada masa kini, media dakwah telah beralih ke era baru yang disebut new media. New media merujuk pada kemunculan teknologi digital, komputer, dan jaringan informasi serta komunikasi pada akhir abad ke-20. Karakteristiknya melibatkan kemampuan untuk diedit, sifat jaringan, interaktif, dan bersifat user-generated content. Teori

³ Rahmatullah Rahmatullah, 'Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u Dalam Aktivitas Dakwah', *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani*, 2.1 (2016), 55–71 <<https://doi.org/10.47435/mimbar.v2i1.286>>.

⁴ Nur Ahmad, 'Mewujudkan Dakwah Antar Budaya Dalam Perspektif Islam', *At-Tabsyir*, 3.1 (2015), 21–40.

new media, dikembangkan oleh Pierre Levy, membahas evolusi media dari konvensional ke digital.⁵

New media juga memengaruhi pola komunikasi pendakwah, yang awalnya menggunakan media konvensional seperti ceramah langsung, radio, cetak, hingga televisi, kini bergeser ke platform digital. Digitalisasi media telah menciptakan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, dan yang terbaru,

2. Pengertian Meme

Meme merupakan sebuah ide, gagasan, bentuk perilaku maupun gaya yang menyebar dari satu orang ke orang lain dalam sebuah budaya. Meme berasal dari bahasa Yunani kuno, mimeme. Yang berarti imitasi/tiruan. Istilah meme pertama kali diciptakan oleh Richard Dawkins pada tahun 1976 dalam bukunya yang berjudul *The Selfish Gene*. Menurut pandangan meme sebagai sebuah gen, unit pewaris dari makhluk hidup seta atom, setuan terkecil dari materi. Ia dapat melakukan replikasi otonom yang umumnya dalam bentuk penuritan dan bentuk budaya. Contohnya dalam hal ini meme dapat beradaptasi dengan ide gagasan, budaya dan kebiasaan hingga kebiasaan hati⁶.

Penjelasan meme juga merupakan sebuah ungkapan emosi yang mencakup perasaan senang, sedih, dan marah. Ungkapan ini bisa memiliki gambaran perwakilan dari sebuah bentuk tulisan, gambar, atau perilaku yang menyebar dari orang ke orang lain. Dalam proses penyebaran meme dapat melalui sebuah budaya cuplikan gambar acara televisi, film, dan media sosial. Pada konteksnya meme seringkali digunakan untuk sarana menghibur dari gambar gambar buatan sendiri yang dimodifikasi dengan kata kata atau tulisan tulisan. Pada masyarakat terdahulu meme sering dikenal sebagai “karikatur” atau “kartun” karena dibuat untuk memberikan sisi komedi pada gambar untuk memberikan makna lain pada gambar.

⁵ Ayu Febriana, ‘Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Dakwah; Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @syam _ Elmarusy’, *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11.02 (2021), 180–94 <<https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>>.

⁶ Kate Distin, *The Selfish Meme* (New York: United States of America by Cambridge University Press, 2005).

Meme ini sengaja dibuat dengan berbagai fungsi seperti sindiran atau kritik⁷.

Meme, pada dasarnya, adalah wacana dalam bentuk gambar atau foto yang disertai dengan tulisan tertentu, membentuk makna baru. Meme dapat berupa gambar atau foto yang diberi teks atau bahasa, menciptakan replikanya sendiri dalam bentuk peniruan dan membentuk suatu budaya, mirip dengan penyebaran virus, namun dalam konteks budaya.

Dari definisi tersebut, dapat diidentifikasi lima karakteristik meme:

- a. Bersifat menular, ditiru, dan memiliki umur panjang.
- b. Mengandung informasi budaya yang berkaitan dengan kelompok tertentu.
- c. Disebarkan melalui media online.
- d. Dapat diterima oleh siapa pun, melampaui ruang afinitas.
- e. Mampu menarik perhatian media penyiaran offline dan online.

Selain kelima karakteristik tersebut, keberhasilan suatu meme dapat diukur dari adanya komponen humor, intertekstualitas, dan anomaly penajajaran.⁸

3. Meme Komik di Internet

Internet muncul memberikan kebudayaan baru bagi masyarakat, kecepatan dan penyebaran yang cepat dan luas menjadikan internet di gemari oleh masyarakat. Meme erat kaitannya dengan replikasi berbagai informasi dalam akal budi manusia yang keberadaannya terkait dengan berbagai peristiwa sosial sehingga maraknya perkembangan meme tersebut. Meme dalam internet dapat dimaknai sebagai bentuk replikasi terhadap hal hal yang berkembang pada internet. Hal ini seperti replikasi gambar, video, atau tautan⁹.

Pada realitas di internet meme tidak hanya hadir sebagai komedi dan lelucon terhadap suatu realitas sosial yang ada, namun meme berkembang dan mengandung sebuah

⁷ Rini Damayanti, 'Pemaknaan Pragmatik Dalam Teks Meme Di Instagram Rini', *Progress in Retinal and Eye Research*, 2.1 (2019), 46–58.

⁸ M. Sya'banul Khoir Sinulingga, 'Wacana Humor Dalam Meme Di Media Online (Kajian Semantik-Pragmatik)', *Lingua*, 19.2 (2022), 137–52 <<https://doi.org/10.30957/lingua.v19i2.740.Wacana>>.

⁹ Sandy Allifiansyah, 'Kaum Muda, Meme, Dan Demokrasi Digital Di Indonesia', *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13.2 (2017), 151–64 <<https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.676>>.

muatan isyarat yang lebih spesifik seperti muatan politik, agama dan sindiran. Meme berkembang menjadi gaya komunikasi baru yang ternyata berubah menjadi *genre* gaya berkomunikasi di era media baru sebagai wujud dari *participatory digital culture*¹⁰. Patrick Davison mendefinisikan meme Internet sebagai bagian dari budaya, biasanya lelucon, yang memperoleh pengaruh melalui siaran Internet. ia mengembangkan kerangka kerja untuk menganalisis meme Internet yang melibatkan pembagian meme menjadi tiga bagian: cita-cita, perilaku, dan manifestasi. Metode ini bergantung pada reproduksibilitas meme dan juga dapat membantu melacak migrasi dan evolusi serta klasifikasi¹¹.

Pengkategorian meme internet memiliki konsep yang masih subyektif, namun terdapat sejumlah karakteristik fitur yang tampaknya umum, yang sebagian besar adalah "bentuk". Meme internet adalah bentuk hiburan visual yang dapat mengambil berbagai bentuk seperti gambar gambar, animasi GIF hingga video. Penelitian ini berfokus pada meme gambar non-statis (foto). Sebagian besar adalah gambar sederhana, seringkali berkualitas buruk - gambar rusak karena proses distribusi online yang berlebihan. Itu tidak dimaksudkan untuk menjadi cantik atau sangat realistis, fokusnya adalah pada pesan yang ingin disampaikan. Meme Internet yang ideal dapat tercermin dalam teks dan gambar: bisa berupa kalimat, gambar tertentu, atau gambar yang disertai dengan teks¹².



Gambar 2.1

Ragam Meme (Dari Kiri ke Kanan): Meme Berbasis Teks, Meme Berbasis Gambar, Meme Makanan yang Menggunakan Gambar dan Style Teks

¹⁰ Limor Shifman, *Memes In Digital Culture* (London, England: Massachusetts Institute of Technology, 2014).

¹¹ Davison, Patrick. "The language of internet memes." *The social media reader* (2012): 120-134.

¹² Linda K Börzsei, 'Makes a Meme Instead A Concise History of Internet Memes', meme, 2013.

Pilihan konteks untuk meme Internet tidak terbatas, dapat mencakup film, video game, selebritas, dan politik. Dalam satu gambar, meme dapat digunakan dalam beberapa tema atau dibandingkan dengan meme lainnya. Meme internet tidak hanya dibagikan secara online (melalui email, situs web, atau media sosial), tetapi juga mendorong partisipasi warga online atau pengunjung online, yang seringkali anonim.

Satu Ciri utama remix online adalah kesederhanaannya. Faktor ini membuatnya mudah dibuat dengan alat yang ada. Mayoritas hanya dua fungsi maksimal yang dilakukan oleh meme ini: cut-copy-tempel dan alat teks. Faktor lainnya adalah aksesibilitas. meme internet tergantung pada aksesibilitas habitat aslinya, yaitu Internet. Lagi banyak pilihan untuk media sosial, forum atau papan pesan menyediakan meme online untuk dibagikan dan dinikmati sebagian besar hanya memerlukan pendaftaran gratis. faktor terakhir, karena gambar mampu melampaui budaya lebih mudah dari pada Bahasa, bahkan jika ada teks dan gambar¹³.

4. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang lebih dikenal dengan istilah “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan gambar secara instan. Tentang kata "gram" dari kata "telegram", dimana fungsi telegram adalah untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah gambar melalui internet, sehingga informasi yang dikirimkan dapat diterima dengan cepat. Itu sebabnya Instagram berasal dari kata "instan-telegram"¹⁴.

Menurut Bambang, Instagram adalah aplikasi smartphone yang dirancang khusus untuk media sosial, yang merupakan salah satu media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada bentuk fotografi atau tempat berbagi informasi dengan penggunaanya. Instagram juga dapat

¹³ Atton, C. (Ed.). (2015). *The Routledge Companion to Alternative and Community Media* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315717241>

¹⁴ Damayanti Rini, ‘Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram’, *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma*, 5.3 (2018), 261–78.

memberikan inspirasi dan mendongkrak kreativitas bagi para penggunanya karena Instagram memiliki fitur yang membuat foto¹⁵.

Pada dasarnya Instagram terhubung dengan Facebook karena Instagram merupakan bagian dari aplikasi Facebook. Hal ini membuat kita dapat menghubungkan teman dari Facebook ke Instagram. Karena banyaknya pengguna Instagram, Instagram memperluas aktivitasnya sebagai wadah bagi para pengguna untuk menyebarkan karya melalui Instagram. Instagram menawarkan fitur-fitur yang dapat digunakan oleh para penggunanya, antara lain memiliki dan mengikuti followers, mengunggah foto dan video, memberikan efek atau filter, Instagram story, direct message, dll¹⁶.

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang lebih dikenal dengan istilah “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan gambar secara instan. Tentang kata “gram” dari kata “telegram”, dimana fungsi telegram adalah untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah gambar melalui internet, sehingga informasi yang dikirimkan dapat diterima dengan cepat. Itu sebabnya Instagram berasal dari kata “instan-telegram”.

b. Sejarah Instagram

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di situs resminya, Instagram dibuat sebagai aplikasi berbagi foto dan video gratis untuk pengguna smartphone. Pengguna Instagram dapat membagikan foto atau video yang mereka unggah dengan teman dan pengikut mereka. Selain itu, pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dengan melihat, menyukai, dan mengomentari postingan yang dibagikan. Instagram sebagai media sosial berbasis teknologi Web 2.0 yang

¹⁵ B.D Atmoko, ‘Instagram Handbook’, *Proceedings of the 8th Biennial Conference of the International Academy of Commercial and Consumer Law*, 1.hal 140 (2017), 43.

¹⁶ Cindie Sya’bania Feroza and Desy Misnawati, ‘Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Pkun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan’, *Jurnal Inovasi*, Vol 14.No 1 (2020), 32–41.

memungkinkan penggunaanya untuk menyediakan dan berbagi konten¹⁷.

Sebelum menciptakan Instagram, Systrom awalnya menciptakan suatu aplikasi yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto dan catatan yang dinamakan Burbn. Kebetulan, Krieger adalah pengguna setia Burbn. Pada akhirnya, Systrom dan Krieger mengubah Burbn menjadi aplikasi yang hanya dapat membagikan foto. Nama Burbn pun berubah menjadi Instagram. Pengguna Instagram kemudian dapat mengunggah dan membagikan foto dan juga video dengan menggunakan hashtag (#) agar pengguna lain dapat menemukan hasil postingan mereka. Sebenarnya, ini adalah ide awal penciptaan Instagram¹⁸. Instagram pun kini menjadi salah satu media sosial yang digunakan lebih dari 1 miliar orang di dunia¹⁹.

5. Media Dakwah Islamiyah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media adalah alat, media, perantara atau penghubung, yang dapat berupa media cetak, seperti surat kabar dan majalah, atau berbagai bentuk media elektronik, yaitu radio dan televisi. Kata media sendiri berasal dari kata latin medius yang berarti perantara, tengah atau memimpin. Wilbur Schramm, bapak ilmu komunikasi, menjelaskan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Media massa mengacu pada alat fisik yang menyampaikan pesan atau pengajaran. Bisa dalam bentuk buku, kaset, video, film, dan lain-lain²⁰.

Banyaknya penggunaan telepon pintar atau smart phone sebagai alat komunikasi, penggunaan handphone tidak hanya

¹⁷ Muhammad Rizqi Arifuddin and Irwansyah, 'Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial', *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3.1 (2019), 37–55 <<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1256/908>>.

¹⁸ Slater, A., Cole, N., & Fardouly, J. (2019). The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. *Body image*, 29, 82-89.

¹⁹ Cindie Sya'bania Feroza and Desy Misnawati, 'Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan', *Jurnal Inovasi*, Vol 14.No 1 (2020), 32–41.

²⁰ Zannah Muflihatul.

sebatas untuk berkiriman pesan dan berbicara di telepon, tetapi juga fungsi lainnya. Yahoo Messenger (YM), yang dulunya merupakan satu-satunya cara untuk chatting di Internet, kini ada di tangan kita dan kita tidak perlu lagi berhadapan dengan layar komputer di rumah. Contoh lain penggunaan media online adalah menggunakan media sosial seperti Facebook. Facebook sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang paling memungkinkan dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Selain menulis, Facebook juga menawarkan fungsi unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti fungsi permintaan pertemanan, notifikasi, pesan (pesan tertulis langsung ke pemilik akun), halaman yang direkomendasikan, catatan (notes), album foto (album foto), status, komentar (komentar), dll. Semua fitur tersebut cukup mudah digunakan, apalagi digunakan untuk menyebarkan dakwah Islam²¹.

Pembahasan mengenai Islam dalam dunia digital terkait dengan konsep cyberreligion yang muncul di era teknologi internet. Internet, sebagai media global, memiliki pengaruh signifikan dalam penyebaran ajaran Islam, memungkinkan representasi dan visualisasi agama tersebut. Cyberspace, sebagai ruang virtual, memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk keagamaan, melalui berbagai aplikasi dan komunitas online. Internet, sebagai media komunikasi baru, mengubah pola interaksi dan membuka akses pada berbagai bidang, termasuk ekonomi, edukasi, politik, informasi, dan agama. Dalam konteks Islam, internet dijadikan sarana efektif untuk menyebarkan substansi ajaran, asalkan nilai-nilai sakral tetap terjaga. Sebagai hasilnya, internet memiliki dampak positif dalam perkembangan dakwah Islam²².

6. Internet Sebagai Media Dakwah Islamiyah

Keberadaan internet menawarkan alternatif penyebaran ajaran Islam. Salah satunya adalah bahwa internet adalah tempat di mana pertanyaan agama dapat dijawab. Fitur berupa aplikasi, program komputer (software) dan akun media sosial memudahkan penyampaian pesan dakwah oleh para mubaligh.

²¹ Fadly Usman, 'Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah', *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1.1 (2016), 1–8.

²² Ridwan Rustandi, 'Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2020), 84–95
<<https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>>.

Misalnya, penggunaan Al Quran digital, syamilah maktabah dan akun sosial dakwah adalah bukti kemudahan dan aksesibilitas ilmu Islam. Lebih lanjut, keberadaan “ruang bernafas” agama (Islam) sebagai fenomena baru dalam dunia dakwah tidak dapat dipungkiri. Dari sudut pandang gerakan dakwah, hal ini dapat dimaknai sebagai dinamika positif, karena kehadiran internet sebagai salah satu bentuk teknologi tinggi dapat dijadikan sebagai solusi baru dalam berdakwah²³.

Essensinya, pada hari ini, teknologi telah lama menjadi bagian integral dalam praktik Islam sebagai wujud ketaatan kepada Allah s.w.t., sebagaimana tercermin dalam kisah Nabi Nuh a.s. yang menggunakan bahtera untuk mencapai tempat yang lebih aman. Begitu pula, Nabi Daus a.s. memanfaatkan teknologi besi sebagai sarana untuk mendekati diri kepada Allah s.w.t. Pendekatan ini dianggap sebagai jalan untuk mematuhi segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Oleh karena itu, di zaman ini, manusia diharapkan menggunakan segala inovasi dalam teknologi komunikasi untuk membawa sesama manusia lebih dekat kepada Allah s.w.t., serta patuh terhadap segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Maka dari itu, pemanfaatan teknologi komunikasi informasi menjadi suatu strategi yang relevan dalam konteks dakwah di zaman ini²⁴.

Di Indonesia, penelitian terkait internet dimulai sejak kemunculan karya David Hill dan Krishna Sen pada tahun 1997. Pembahasan mengenai internet dalam konteks hubungannya dengan aspek keagamaan dikaji secara mendalam oleh Merlyna Lim. Lim mengulas peran internet sebagai medium untuk menyebarkan identitas keagamaan, terutama terkait dengan gagasan-gagasan Islam radikal dan sikap Anti-Amerikanisme. Dengan fokus analisis pada situs "Laskar Jihad" dan milis yang terkait dengan pemikiran Islam radikal dan fundamentalis, Lim menyatakan bahwa internet memiliki peran sentral sebagai alat utama bagi kelompok Islam radikal untuk membentuk definisi diri dan aksi bersama, serta menyebarkan teori konspirasi

²³ Rustandi.

²⁴ Abdul wahab Norabdilah, Mohamad Najmi, and Ismail Mohd San, 'Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Masa Kini [Social Media As a Medium Dakwah Nowadays] 1 Noradilah Abdul Wahab', April, 2019, 2637-0271 <<https://www.researchgate.net/publication/340861392>>.

bahwa Amerika Serikat dan Israel selalu bermaksud menghancurkan Islam²⁵.

7. Semiotika

Semiotika adalah sebuah ilmu yang mengkaji system tanda. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia semiotika merupakan teori atau ilmu tentang lambang dan tanda. Tanda dalam semiotika berbentuk dalam berbagai hal seperti Bahasa, kode dan lain sebagainya. Dalam penerapan semiotika pada komunikasi memiliki ruang yang tak terbatas, pada komunikasi semiotika umumnya digunakan pada objek penelitian seperti music, film, iklan dan tanda non verbal²⁶.

Lebih dari dua ribu tahun yang lalu, para filosof Yunani mulai berfilsafat tentang pentingnya semiotika dalam kehidupan manusia, menelusuri latar belakang dan sejarah kemunculannya, terutama pada fase perkembangan semiotika klasik. Kemudian di Abad Pertengahan, Storci (Zeno) dan filsuf serta ilmuwan lainnya membahas secara mendalam makna dan penggunaan tanda. Istilah "semiotika" tidak muncul sampai akhir abad ke-18, ketika diciptakan dan digunakan oleh filsuf Jerman Lambert. Kemudian, pada abad ke-20, pemikiran dan penggunaan tanda secara sistematis mulai mendapat perhatian masyarakat, dan hingga saat itu, semiotika tetap menjadi perhatian dan tulisan para peneliti dan sarjana bahkan hingga saat ini²⁷.

Dalam sejarah semiotika modern, ada dua pelopor barat yang memberikan kontribusi signifikan dalam bidang semiotika, yaitu ahli bahasa Swiss Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan filsuf Charles Sanders Peirce (1839-1914). Amerika. Keduanya hidup pada waktu yang sama tetapi berasal dari dua benua yang berbeda. Saussure lahir di Jenewa, Swiss, Eropa. Sedangkan Pierce lahir di Massachusetts, AS. Meski tidak saling mengenal secara pribadi dan mengetahui kajian

²⁵ Enjang Muhaemin, 'Dakwah Digital Akademisi Dakwah', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11.2 (2017), 341–56 <<https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1906>>.

²⁶ Alex Sobur, 'Bercengkrama Dengan Semiotika', *Bercengkrama Dengan Semi*, Vol. 3 (2002), 20.

²⁷ M S Firdaus Azwar Eryad, *Semiotika Komunikasi Dalam Perspektif Charles Sanders Pierce* (CV. Mitra Cendekia Media, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=WBRyEAAAQBAJ>>.

masing-masing, namun menariknya keduanya lahir dengan keinginan dan ide yang sama²⁸.

Beberapa sarjana sastra telah berupaya mendefinisikan semiotik yang terkait dengan bidang studi mereka. Dalam kerangka sastra, semiotika didefinisikan sebagai representasi tanda yang berfungsi sebagai perbuatan komunikasi. Selanjutnya, batasan semiotika itu disempurnakan sebagai "model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek esensial untuk pemahaman gejala sastra sebagai alat komunikasi yang khas dalam berbagai masyarakat." Istilah "semiotik" dipilih sesuai dengan keputusan yang diambil oleh komite internasional di Paris pada bulan Januari 1969. Keputusan ini kemudian ditegaskan oleh Association for Semiotics Studies dalam kongres perdana mereka pada tahun 1974²⁹.

Menurut Roland Barthes, semiotika adalah studi tentang tanda-tanda dan makna yang menekankan analisis struktural dan konstruksi budaya. Barthes memandang tanda-tanda sebagai hasil dari sistem sosial dan budaya, serta membentuk makna yang dipengaruhi oleh kekuatan masyarakat. Dalam karyanya "Mythologies," ia melakukan pembongkaran terhadap mitos-mitos modern untuk mengungkap bagaimana tanda-tanda sehari-hari membawa makna yang dibentuk oleh ideologi dan pandangan masyarakat. Barthes membedakan antara denotasi (makna literal) dan konotasi (makna tambahan yang tersembunyi), sambil menjalankan fungsi dekonstruksi untuk mempertanyakan dan mengungkap konstruksi ideologis di balik tanda-tanda tersebut. Pendekatan ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana makna diproduksi dan tanda-tanda membentuk cara kita memahami dunia³⁰.

²⁸ Halina Sendera Mohd. Yakin and Andreas Totu, 'The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 155.October (2014), 4–8 <<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>>.

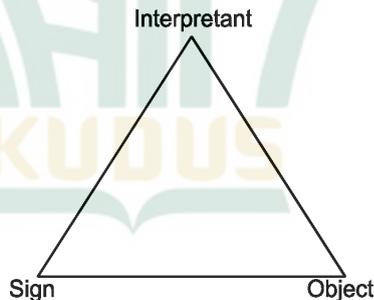
²⁹ Dadan Suherdiana, 'Konsep Dasar Semiotika Dalam Komunikasi Massa Menurut Charles Sanders Pierce', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4.12 (2015), 371 <<https://doi.org/10.15575/jid.v4i12.399>>.

³⁰ Feyrouz Bouzida, 'The Semiology Analysis in Media Studies', *International Conference on Social Sciences and Humanities*, September, 2014, 1001–7.

8. Analisis Teori Semiotika Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce adalah seorang filsuf, ahli logika, ahli matematika, dan ilmuwan Amerika, kadang-kadang dikenal sebagai "bapak pragmatisme". Dikenal sebagai karakter yang unik. Dilatih sebagai ahli kimia dan ilmuwan selama 30 tahun, Peirce memberikan kontribusi penting pada logika, yang mencakup banyak hal yang sekarang dikenal sebagai epistemologi dan filsafat sains. Dia melihat logika sebagai cabang semiotika formal yang muncul dari perdebatan antara positivis logis dan pendukung filsafat bahasa yang mendominasi filsafat Barat abad ke-20. Selain itu, ia mendefinisikan konsep penalaran deduktif, merumuskan indikator matematika yang ketat, dan penalaran deduktif. Pada tahun 1886, ia menemukan bahwa sakelar di sirkuit listrik dapat digunakan untuk melakukan operasi logis. Ide yang sama digunakan beberapa dekade kemudian untuk mengembangkan komputer digital³¹.

Prinsip dasar teori Peirce adalah pikiran dan batasan manusia tanda, sistem tiga dimensi atau segitiga, dan relativitas tentang tiga tipologi atau taksonomi tanda (ikon, indeks dan simbol). Peirce percaya bahwa orang bisa interpretasi hanya menggunakan tanda-tanda. Itu sebabnya dia berbagi semiotika menjadi tiga komponen, yaitu tanda (sign), objek (sign) dan interpretatif (penggunaan tanda). Ketiga hal ini disebut makna segitiga³².



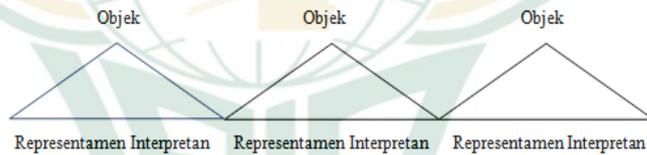
Gambar 2.2
Triangle Meaning Charles Sanders Peirce

³¹ B Wikipedians, *Information Theory* (PediaPress) <<https://books.google.co.id/books?id=3P8poW AeHisC>>.

³² Okke K. S. Zaimar, *Semiotik Dan Penerapannya Dalam Karya Sastra*, 2008.

Tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu. Itu bisa berupa pengalaman, pikiran atau perasaan. Jika sesuatu seperti A mengepulkan asap hitam di kejauhan, itu mungkin mewakili B, mis. api (pengalaman). Tanda seperti itu bisa disebut indeks; yaitu adanya hubungan (juxtaposition) antara A dan B. Sebuah foto atau gambar adalah sebuah tanda yang disebut ikon. Foto mewakili suatu realitas tertentu berdasarkan keserupaan atau keserupaan (foto mantan presiden Soeharto mewakili orang yang bersangkutan, jadi merupakan pengalaman). Sebuah tanda juga dapat menjadi simbol jika hubungan antara tanda dan orang yang mewakilinya didasarkan pada kesepakatan (kesepakatan), misalnya lampu merah yang mewakili "larangan (idea)" berdasarkan kesepakatan yang ada di masyarakat. Merpati diyakini sebagai tanda atau simbol perdamaian; Merpati tidak bisa begitu saja digantikan oleh burung atau hewan lain³³.

Segitiga makna ini tidak hanya terpaku pada satu objek, tanda dan interpretan, namun dapat terus berlanjut dan membentuk tanda lain. Tanpa adanya batasan lain. Hal inilah yang disebut sebagai proses semiosis.



Gambar 2.3
Proses Semiosis

9. Trikotomi Tanda

Pierce percaya bahwa semiotika dapat diterapkan pada semua varian tanda dan tidak ada pengetahuan yang dianggap lebih penting dari yang lain. Tanda adalah sesuatu yang dalam batas-batas tertentu mewakili sesuatu yang lain. Tanda mengundang kita untuk berpikir, berkomunikasi, dan memahami segala sesuatu yang ditunjukkan oleh sifat manusia. Makna tanda tersebut digunakan untuk membaca simbol dan gerak seluruh pertunjukan tari Dhângga. Gaya semiotik Pierce

³³ Abdurrahman Sidik, 'Analisis Iklan Produk Shampoo Pantene', 9.4 (2018), 201-8.

cocok untuk menganalisis pertunjukan Dhângga karena analisis trikotominya.

Charles Sandres Pierce memiliki tiga klasifikasi tanda yang disebut trikotomi, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang serupa dan dapat dikenali oleh pengguna. Indeks adalah tanda antara perwakilan dan objek yang memiliki hubungan fenomenal atau eksistensial, sedangkan simbol adalah tanda yang disepakati dan arbitrer. Trikotomi ini berguna dalam menganalisis unsur-unsur pertunjukan tari Dhângga, mulai dari kostum, gerak dan ekspresi, serta pertunjukan tari yang menjadi fokus permasalahan tulisan ini³⁴.

Peirce juga berpendapat bahwa makna tanda itu bertahap. Ada tahap keunggulan di mana merek pada dasarnya dikenali lebih awal. Superioritas adalah keberadaan seperti itu tanpa mengacu pada hal lain, keberadaan kemungkinan yang mungkin. Kemudian tahap “subsidiaritas”, ketika tanda itu dimaknai secara terpisah, dan kemudian tahap “ketiga”, ketika tanda itu terus-menerus dimaknai sebagai kesepakatan. Konsep ketiga tahapan ini penting untuk dipahami bahwa tingkat pemahaman tanda dalam suatu budaya tidak sama untuk semua anggota budaya itu³⁵.

Berikut tabel rincian trikotomi yang dipaparkan oleh Charles Sanders Peirce:³⁶

Tabel 2.1
Trikotomi Charles Sanders Peirce

Trikotomi	Pertama	Kedua	Ketiga
Kategori	Hubungan dengan objek	Hubungan dengan representamen	Hubungan dengan interpretan
Firstness	Ikon	Yang mungkin menjadi representamen	Yang berpotensi menjadi representamen

³⁴ Andi Quraisy and Setiawan Madya, ‘Analisis Nonparametrik Mann Whitney Terhadap Perbedaan Kemampuan Pemecahan Masalah Menggunakan Model Pembelajaran Problem Based Learning’, *VARIANSI: Journal of Statistics and Its Application on Teaching and Research*, 3.1 (2021), 51–57 <<https://doi.org/10.35580/variasiunm23810>>.

³⁵ Ni Wayan Sartini, ‘Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik’, *Menopause*, 2.3 (1995), 145–58.

³⁶ Zaimar.

Secondness	Indeks	Yang dapat dianggap representamen	Tanda yang mempunyai eksistensi aktual
Thirdness	Simbol	Yang sudah berfungsi sebagai tanda	Yang mengarah pada kesimpulan yang benar

a. Hubungan Objek dan Tanda

Peirce menjelaskan tiga tahapan dalam membuat klasifikasi hubungan antara objek dan tanda. Dimulai dari yang paling sederhana ialah ikon, selanjutnya indeks dan yang paling canggih ialah simbol.

1) Ikon

Sesuatu dapat disebut sebagai ikon apabila tanda memiliki kemiripan dengan objek yang diwakilinya. Ikon terbagi dalam tiga macam, yakni Ikon Tipologis: hubungan yang berdasarkan kemiripan bentuk, seperti peta dan lukisan realis, Ikon Diagramatik: hubungan yang berkaitan dengan kemiripan tingkatan seperti tanda-tanda pangkat dalam pramuka dengan kedudukannya di kepramukaan, Ikon Metaforis: hubungan atas kemiripan makna, seperti warna merah identik dengan keberanian, kecantikan dan bunga melati identik dengan hal-hal mistis

2) Indeks

Indeks menunjukkan bukti dari apa yang diwakili. Hal ini berkaitan dengan hubungan sebab – akibat. Contoh paling sederhana adalah gambar asap untuk mengindikasikan api, panah penunjuk jalan untuk indeks arah.

3) Simbol

Sebuah tanda yang sudah mendapat persamaan persepsi di masyarakat disebut sebagai simbol. Contoh dari simbol misalnya kode morse, simpul tali pramuka serta rambu-rambu lalu lintas.

b. Hubungan Representamen dengan Tanda

1) Qualisign

Qualisign ialah sesuatu yang sebelumnya tidak memiliki makna sampai ia memiliki kualitas terbentuk

sebagai tanda. Contoh: Bendera kain berwarna kuning atau putih memiliki kualitas untuk menjadi tanda kematian

2) Sinsign

Sinsign ialah sesuatu yang sudah terbentuk dan dapat dianggap sebagai tanda, tetapi belum berfungsi secara utuh. Contoh: Bendera kuning yang menjadi tanda kematian itu belum dipasang, maka ia disebut sebagai sinsign

3) Legisign

Legisign ialah sesuatu yang sudah menjadi representamen dan berfungsi sebagai tanda. Setiap tanda yang sudah menjadi konvensi adalah legisign

4) Rheme

Sesuatu yang dianggap sebagai tanda tetapi tidak dinyatakan benar atau salah disebut sebagai rheme. Misalnya: semua kata (kecuali kata “Ya” dan “Tidak”) adalah rheme.

5) Discent

Tanda yang memiliki keberadaan yang penting. Sebuah proposisi misalnya merupakan discent. Proposisi memberi informasi tetapi tidak menjelaskan. Decisign bisa benar dan juga bisa salah, tetapi tidak ada penjelasannya.

6) Argument

Tanda yang sudah menunjukkan perkembangan dari premis kesimpulan dan cenderung mengarah pada kebenaran. Discent hanya menyatakan kehadiran objek, sedangkan argument membuktikan kebenarannya.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	
1.	Nama Peneliti (Tahun)	Elma Muflihatul Zanah (2021)
	Judul Penelitian	Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotik Pada Postingan Komunitas Facebook “Meme Dakwah Islam”)

No	Penelitian Terdahulu	
	Hasil Penelitian	<p>Penelitian yang dilakukan Elma menghasilkan informasi bahwa Dari penelitian terhadap 10 meme di Komunitas Facebook "Meme Dakwah Islam" (Maret-Juli 2021) dengan analisis semiotika Peirce, ditemukan segitiga makna (ikon, indeks, simbol). Format meme melibatkan tiga tipe: teks berbasis meme, gambar berbasis meme, dan gaya teks pada meme. Jumlah like dan reacts bervariasi (1.167-3.390 pada 10 April 2021). Materi dakwah membahas akidah, akhlak, muamalah, dan syari'ah. Setiap kreator meme menggunakan referensi dari serial kartun, film, video musik, hingga tokoh terkenal. Meme dikaitkan dengan peristiwa terkini dan relevan, termasuk lomba tarik tambang 2020, postingan Reddit, dan karakter animasi seperti Spongebob Squarepants dan Attack on Titan.³⁷</p>
	Perbedaan Penelitian	<p>Penelitian diatas untuk mengetahui bahwa meme Islam sebagai media dakwah melalui facebook . perbedaan penelitian diatas menggunakan platform yang berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan Instagram.</p>
	Persamaan Penelitian	<p>Penelitian Elma dan penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian dunia maya (virtual)</p>

³⁷ Zannah Muflihatul.

No	Penelitian Terdahulu	
		dan pendekatan kualitatif. Objek penelitian pun sama yakni meme Islam. Persamaan lainnya yakni tentang media dakwah melalui media sosial.
2.	Nama Peneliti (Tahun)	Christiany Juditha (2015)
	Judul Penelitian	Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung.
	Hasil Penelitian	<p>Penelitian yang dilakukan Christiany menghasilkan informasi bahwa dari penggunaan internet dan media sosial di Indonesia menciptakan tren kreativitas meme. Meme, baik dalam bentuk gambar atau video, dianggap sebagai sumber hiburan dengan ciri lucu, parodi, dan satire. Namun, fenomena ini juga menimbulkan masalah ketika segala hal dijadikan meme dengan tujuan merendahkan, seperti kasus Haji Lulung. Penelitian semiotik terhadap meme Haji Lulung menunjukkan keterkaitan antara tanda, obyek, dan penafsir. Meme merespons persetujuan Lulung dan Ahok dengan berisi cibiran dan sindiran, dikemas dalam satire. Sikap netizen terhadap meme cenderung serupa, dengan dukungan dan persetujuan terhadap isi meme serta pemakaian label negatif terhadap Lulung.³⁸</p>

³⁸ C Judhita, 'Meme Di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung', Pekommas, 18.2 (2015), 105–16.

No	Penelitian Terdahulu	
	Perbedaan Penelitian	Penelitian diatas untuk mengetahui bahwa meme menjadi tren kreativitas sebagai bentuk menggambarkan makna. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian kali ini meme Islam digunakan sebagai media penyampaian makna sindiran atau maksud tertentu tanpa adanya pesan dakwah Islami.
	Persamaan Penelitian	Penelitian Christiany dan penelian ini memiliki persamaan pada penafsiran makna meme di media sosial sebagai alat menyampaikan komunikasi
3.	Nama Peneliti (Tahun)	Sandy Allifiansyah Allifiansyah (2016)
	Judul Penelitian	Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia
	Hasil Penelitian	Penelitian yang dilakukan Sandy menghasilkan informasi bahwa Internet kini menjadi tempat baru bagi kaum muda dalam membentuk dan mengekspresikan wacana melalui medium yang unik, yakni internet meme. Di Indonesia, meme tidak hanya sebagai sumber hiburan, melainkan juga sebagai cerminan pandangan kaum muda terhadap kehidupan sehari-hari, termasuk aspek-aspek demokrasi, sosial, dan politik. Perang wacana antar kaum muda melalui meme di internet mengenai isu-isu sosial politik tidak hanya memperkaya demokrasi, tetapi juga meluaskan perspektif. Penelitian

No	Penelitian Terdahulu	
		ini mengeksplorasi dinamika wacana dalam internet meme seputar dua isu politik signifikan di Indonesia pada tahun 2014 dengan menggunakan pendekatan struktural milik Anthony Giddens. ³⁹
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu meme di gunakan sebagai alat penyampaian non agama. Sedangkan penelitian ini menggunakan meme sebagai alat penyampaian dakwah Islam.
	Persamaa Penelitian	Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini meneliti meme komik sebagai alat penyampaian gagasan dan tujuan yang ingin di sampaikan ke publik melalui media sosial.

C. Kerangka Berpikir

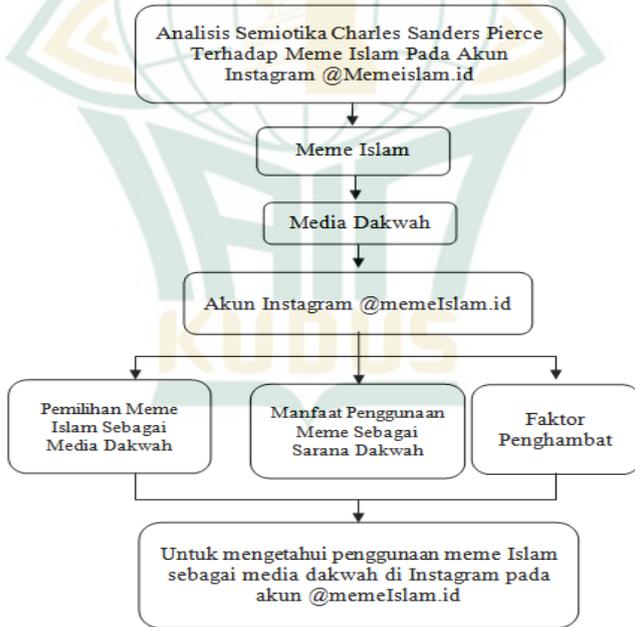
Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian, serta rumusan masalah yang telah diidentifikasi, penelitian ini difokuskan pada kerangka berpikir penggunaan meme Islam sebagai media dakwah di Instagram. Penelitian yang berjudul "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Terhadap Meme Islam Pada Akun Instagram @Memeislam.id" bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana meme-meme yang diunggah oleh akun @memeislam.id dapat digunakan sebagai alat dakwah. Meme Islam yang diposting oleh akun tersebut menjadi objek penelitian yang akan dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce. Teori semiotika Pierce, yang memfokuskan pada tanda, objek, dan interpretant, akan membantu dalam memahami bagaimana pesan-pesan dakwah disampaikan dan diterima oleh audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa hipotesis penting. Pertama, apakah meme Islam merupakan pilihan yang efektif untuk media dakwah, khususnya bagi generasi muda yang

³⁹ Allifiansyah.

aktif di media sosial. Kedua, penelitian ini juga akan mengidentifikasi manfaat penggunaan meme sebagai sarana dakwah, termasuk bagaimana meme dapat menarik perhatian, mengedukasi, dan menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang kreatif dan menarik. Ketiga, penelitian ini akan mengeksplorasi faktor-faktor penghambat dalam berdakwah menggunakan meme di Instagram, seperti tantangan teknis, interpretasi yang keliru, atau potensi backlash dari audiens.

Kerangka berpikir ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang sistematis mengenai penggunaan meme sebagai media dakwah di Instagram. Dengan menganalisis meme-meme Islam melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas dan tantangan penggunaan meme sebagai alat dakwah. Melalui analisis yang komprehensif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengasuh akun dakwah dalam mengoptimalkan penggunaan meme dalam menyebarkan pesan-pesan Islam di platform media sosial.



Gambar 2.4
Kerangka Berpikir