ANALISIS ISI PESAN YANG TERKANDUNG DALAM *MEME* HADIS

(Studi Deskriptif Kuantitatif Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis di Akun Instagram @nuonline_id Periode Oktober-Desember 2020)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Agama (S.Ag.)

Disusun Oleh:

Nur Rohim Ibnu Sidiq

NIM: 15550033

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI ILMU HADIS

FAKULTAS USHULUDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2020

SURAT PENYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nur Rohim Ibnu Sidiq
NIM	:	15550033
Program Studi	:	Ilmu Hadis
Fakultas	:	Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: **Analisis Isi Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis (Studi Deskriptif Kuantitatif Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis di Akun Instagram @nuonline_id Periode Oktober-Desember 2020)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai referensi dengan cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Agustus 2021

METERAI TEMPEL

Nur Rohim Ibnu Sidiq
NIM: 15550033

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT KELAYAKAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : -
Lamp. : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengajukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	: Nur Rohim Ibnu Sidiq
NIM	15550033
Judul Skripsi	: Analisis Isi Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis (Studi Deskriptif Kuantitatif Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis di Akun Instagram @nuonline_id Periode Oktober-Desember 2020)

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Jurusan Ilmu Hadis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 30 Juli 2021
Pembimbing,

Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I
NIP. 19821105 200912 1 002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1128/Un.02/DU/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ISI PESAN YANG TERKANDUNG DALAM MEME HADIS DI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Pesan yang Terkandung dalam Meme Hadis di Instagram periode Oktober -Desember 2020)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUR ROHIM IBNU SIDIQ
Nomor Induk Mahasiswa : 15550033
Telah diujikan pada : Senin, 16 Agustus 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I
SIGNED

Valid ID: 6123054e70e8f

Penguji II

Dr. Nurun Najwah, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 6122c45042f68

Penguji III

Achmad dahlan, Lc., M.A
SIGNED

Valid ID: 61234738d7112

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Agustus 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6123a62e3ca39

MOTTO

"*Life is a fight, try to be a winning side*."

(Hidup adalah sebuah pertarungan, cobalah untuk menjadi pihak yang menang).

(Paquito)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk seluruh umat manusia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba’	B	Be
ت	Ta’	T	Te
ث	Ṡa’	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa’	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha’	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ر	Ra’	R	Er
ز	Za’	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa’	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa’	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ه	Ha’	H	H
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Tunggal karena *Syaddah* (ّ) ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	*Muta’addidah*
عدة	ditulis	*‘iddah*

C. *Ta’ Marbūṭah* (ة) diakhir kata

1. Bila dimatikan ditulis “h”

حكمة	ditulis	*Ḥikmah*
جزية	ditulis	*Jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “*h*”.

كرامة الأولياء	ditulis	*Karāmah al-Auliyā’*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3. Bila *Ta' Marbūṭah* hidup dengan *ḥarakat fatḥah, kasrah,* dan *ḍammah* ditulis "t"

زكاة الفطرة	ditulis	*Z\akat al-Fitrah*

D. Vokal Pendek

---َ---	*Fatḥah*	ditulis	a
---ِ---	*Kasrah*	ditulis	i
---ُ---	*Ḍammah*	ditulis	u

E. Vokal Panjang

1.	*Fatḥah* + Alif	ditulis	ā
	جاهلية		*Jāhiliyyah*
2.	*Fatḥah* + Ya' Mati	ditulis	ā
	تنسى		*Tansā*
3.	*Fatḥah* + Ya' Mati	ditulis	ā
	كريم		*Karīm*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4.	*Ḍammah* + Wawu Mati	ditulis	ū
	فرو ض		*Furūḍ*

F. Vokal Rangkap

1.	*Fatḥah* + Ya' Mati	ditulis	ai
	بينكم		*Bainakum*
2.	*Fatḥah* + Wawu Mati	ditulis	au
	قول		*Qaul*

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	ditulis	*a'antum*
أعدت	ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	ditulis	*la'in syakartum*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

H. Kata Sandang Alif + Lam yang Diikuti huruf *Qomariyah* maupun *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan "al"

القرآن	ditulis	*al-Qur'an*
القياس	ditulis	*al-Qiyās*
السماء	ditulis	*al-Samā'*
الشمس	ditulis	*al-Syams*

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوى الفروض	ditulis	*Ẓawl al-Furūḍ*
أهل السنة	ditulis	*Ahl al-Sunnah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Meme merupakan sebuah fenomena yang penyebarannya dapat dianalogikan seperti gen dalam diri manusia, sifatnya yang mudah diduplikasi dan terkesan simpel membuat penyebaran *meme* di media sosial tak dapat dibendung. Belakangan diketahui *meme* yang tersebar memiliki varian baru yang berisi konten hadis yang disebut dengan *meme* hadis. Sebagaimana diketahui hadis merupakan sumber hukum Islam yang utama setelah al-Qur'an, yang artinya *meme* hadis adalah *meme* yang memuat dasar hukum Islam yang digunakan sebagai acuan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan latar belakang itulah penulis merumuskan rumusan masalah ke dalam dua bagian, yaitu: 1) Bagaimana gambaran umum *meme* hadis di instagram?; dan 2) Bagaimana isi pesan yang terkandung dalam *meme* hadis yang diunggah akun instagram @nuonline_id?.

Penelitian ini perupakan penelitian kepustakaan dengan melakukan pemetaan terhadap gambaran umum *meme* hadis yang ada di instagram, tujuannya adalah memaparkan bentuk-bentuk *meme* hadis yang ada, hasilnya ditemukan sebanyak empat kategori yang dibedakan berdasarkan penyajian hadisnya. Kemudian penelitian dilanjutkan dengan melakukan takhrij terhadap setiap *meme* hadis yang ditemukan guna mengetahui redaksi, jalur sanad, dan kualitas dari hadis terkait sekaligus mempermudah dalam proses *coding*.

Penelitian dilanjutkan dengan meneliti isi pesan yang terkandung dalam *meme* hadis yang diunggah akun instagram @nuonline_id dengan analisis isi guna mengidentifikasi isi pesan yang tampak, kemudian diolah dengan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi (*content*) dan menyajikannya secara kuantitatif. Setelah dilakukan uji relaibilitas antara *coder* 1, *coder* 2, dan *coder* 3 dan data diolah dengan metode tabulasi dan hasilnya ditemukan tiga kategori isi pesan yaitu informatif, persuasif, dan koersif/instruktif. Isi pesan informatif menempati posisi pertama dengan persentase tertinggi, sedangkan persuasif pada posisi kedua, dan terakhir ditempati oleh isi pesan koersif/instruktif.

Kata kunci: *meme*, *meme hadis*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul ANALISIS ISI PESAN YANG TERKANDUNG DALAM MEME HADIS DI INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kuantitatif Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis di Instagram Periode Oktober-Desember 2020). Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat serta seluruh umat.

Setelah melalui proses yang panjang akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan dibantu oleh banyak pihak, dan peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Indal Abror, M.Ag., selaku Ketua Prodi Ilmu Hadis Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. Agung Danarta, M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

5. Bapak Dr. Ali Imron, S.Th.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia dengan penuh ketulusan selalu memberi semangat dan bimbingan kepada peneliti, serta mengarahkan, mengoreksi dan memberi banyak masukan dan memperbaiki kesalahan penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas kesabaran dan keikhlasannya, semoga Allah mencatatnya sebagai amal baik yang tak terhingga.
6. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Hadis Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam yang selama ini sudah berkenan berbagi ilmu, wawasan, dan pengetahuan kepada penulis selama belajar di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Semua staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, khususnya Bapak Sugeng Sarwono selaku TU prodi Ilmu Hadis yang selalu memberikan fasilitas untuk menunjang penyelesaian skripsi ini, serta senantiasa memberi bantuan dan arahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Kedua orangtua penulis yaitu Bapak Rebo Hendriyanto dan Ibu Suratmi, adik-adikku Muhammad Rifa'i Syahputra dan Muhammad Fathul Khoir yang senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi yang membangun.
9. Seluruh keluarga besar Yayasan Pondok Pesantren Darul A'mal Metro, Lampung.
10. Teman-teman Ilmu Hadis angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

11. Teman-teman mabar yang terkadang “menyesatkan” dengan mengajak *push rank* dan bukannya menyuruh saya menyelesaikan skripsi, tapi justru kalian yang lulus lebih dulu dari saya.
12. Semua pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, kritik ataupun saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk kebaikan ke depannya. Semoga dengan segala kekurangan yang ada dalam skripsi ini dapat membawa manfaat dan keberkahan di dunia maupun di akhirat, dan semoga semua pihak yang berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini mendapat balasan dari Allah SWT *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn*.

Yogyakarta, 29 Juli 2021

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nur Rohim Ibnu Sidiq
NIM. 15550033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

SURAT KELAYAKAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN vii

ABSTRAK xiii

KATA PENGANTAR xiv

DAFTAR ISI xvii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 9

D. Tinjauan Pustaka 10

E. Landasan Teori 13

F. Metodologi Penelitian 22

G. Sistematika Pembahasan 24

BAB II 25

TINJAUAN UMUM TENTANG *MEME* DAN *MEME* HADIS 25

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

A. Definisi *Meme* 25
B. Definisi *Meme* Hadis 28
C. Peta Umum *Meme* Hadis 29

BAB III 34

TAKHRĪJ TERHADAP HADIS DALAM *MEME* 34

A. Definisi *Takhrīj* 34
B. Proses dan Hasil *Takhrīj* 37

BAB IV 84

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 84

A. Uji Reliabilitas 84
B. Analisis Data 89

BAB V 91

PENUTUP 91

A. Kesimpulan 91
B. Saran 93

DAFTAR PUSTAKA 95

LAMPIRAN 99

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman adalah sesuatu yang tidak dapat dihentikan, begitu juga dengan keberadaan teknologi yang semakin canggih bahkan mampu menunjang produktifitas manusia, sehingga teknologi menjadi salah satu hal yang sering dimanfaatkan keberadaannya karena sangat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Diantara banyaknya fasilitas teknologi yang sudah ada, internet merupakan unsur yang memiliki jaringan yang paling luas.[1] Sebelum adanya internet, penyebaran informasi melalui media massa lebih banyak didominasi oleh komunikasi satu arah, yaitu pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dan yang lainnya hanya dapat menerima saja pesan tersebut sebagai komunikan. Namun dengan adanya internet kini tiap orang dapat berpartisipasi aktif sebagai penyebar informasi.[2] Hal ini secara otomatis menjadikan internet sebagai media yang paling sering digunakan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[1]Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2002), hlm. 20

[2]Akbar Muslim Syarif Asmarawan, *Skripsi*: *"Analisis Isi Pesan Permasalahan Sosial Dalam Internet Meme"* (Yogyakarta: FISHUM UIN Sunan Kalijaga, 2016), hlm. 1.

Pesan sendiri adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain.[3] Metode penyampaian pesan dalam komunikasi sekurangnya ada 3 (tiga) yang utama, yaitu: 1) *informative communication*; 2) *persuasive communication*, dan 3) *coercive/instructive communication*.[4] Komunikasi informatif bermakna bahwa pesan yang disampaikan bersifat memberi informasi atau menerangkan,[5] komunikasi dengan metode persuasif isi pesannya bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin),[6] sedangkan komunikasi instruktif sifatnya adalah memerintah.[7]

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan pada tahun 2018 setidaknya ada 171,17 juta pengguna internet dari total 264,16 juta jiwa di Indonesia, sedangkan pada tahun 2019-2020 diperkirakan terdapat 73,7% pengguna internet di Indonesia dari total 266,91 juta jiwa penduduk. Data tersebut menyebutkan bahwa ada peningkatan angka pengguna internet di Indonesia sebanyak 8,9% atau setara dengan 25 juta jiwa

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[3]Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: PT. Mandar Maju, 1989), hlm. 224.

[4] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2002), hlm. 54.

[5]https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/informatif, diakses pada tanggal 19 Juli 2021 17:37.

[6]https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/informatif, diakses pada tanggal 19 Juli 2021 17:37.

[7]https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/informatif, diakses pada tanggal 19 Juli 2021 17:38.

lebih. Dari semua layanan yang dapat diakses melalui internet, media sosial menempati posisi kedua setelah *chatting* dalam persentase layanan yang paling sering diakses, yakni sebanyak 87,13% pengguna.[8] Hasil survei tersebut menyatakan bahwa dalam kurun waktu dua tahun pengguna internet di Indonesia meningkat secara signifikan. Hasil dari survei tersebut juga menyebutkan bahwa 95,4% pengguna mengakses internet melalui *smartphone*, dan sebanyak 51,5% pengguna internet mengakses media sosial untuk berkomunikasi dan bertukar informasi, dilanjutkan dengan komunikasi lewat pesan atau *chatting* pada posisi kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 32,9%.[9]

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam suatu komunitas.[10] Salah satu contohnya adalah Instagram, dimana para penggunanya dapat berkomunikasi dan bertukar informasi secara dua arah dan saling

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[8]https://apjii.or.id/survei2019x/download/jZTrDG6a81XPN0QeRunYMcHSKUbq2o , diakses pada tanggal 20 November 2020 22:49.

[9]https://apjii.or.id/survei2019x/download/jZTrDG6a81XPN0QeRunYMcHSKUbq2o , diakses pada tanggal 20 November 2020 22:57.

[10]Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo: 2011), hlm. 1.

berinteraksi dalam bentuk audio, visual, maupun audiovisual. Menurut Hadi Purnama media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus, diantaranya: [11]

1) Jangkauan (*reach*): daya jangkau media sosial dari skala kecil hingga khalayak global.
2) Aksesibilitas (*accessibility*): media sosial lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
3) Penggunaan (*usability*): media sosial relatif mudah digunakan karena tidak membutuhkan keterampilan dan pelatihan khusus.
4) Aktualitas (*immediacy*): media sosial mampu memancing respon khalayak lebih cepat.
5) Tetap (*permanence*): media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Diantara banyaknya media komunikasi yang ada, *meme* (dibaca: mim) merupakan hal yang tidak asing bagi para pengguna internet. *Meme* merupakan sebuah fenomena yang banyak ditemukan pada berbagai kesempatan saat menjelajahi internet dan digunakan sebagai media penyampai pesan pada banyak media sosial khususnya Instagram. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *meme* didefinisikan sebagai: a) ide, perilaku, atau gaya yang menyebar dari satu orang ke orang lain dalam sebuah budaya; b) cuplikan

[11]Hadi Purnama, *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate & Marketing Communication*, (Jakarta: Pusat Studi Komunikasi Dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana: 2011), hlm. 116.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

gambar dari acara televisi, film, dan sebagainya atau gambar-gambar buatan sendiri yang dimodifikasi dengan menambahkan kata-kata atau tulisan-tulisan untuk tujuan melucu dan menghibur.[12]

Richard Dawkins merupakan seorang ahli biologis dan orang pertama yang memperkenalkan istilah *meme* pada tahun 1976 dalam karyanya yang berjudul *"The Selfish Gene"*, berakar dari bahasa Yunani *mimesis* yang berarti pengganda kemudian ia memaknainya sebagai suatu unit terkecil dari evolusi budaya, sehingga ia menganalogikan *meme* sebagai suatu unit budaya yang mirip dengan gen pada manusia. Dengan unit budaya ini suatu ide, pengetahuan, dan informasi budaya lainnya dapat memperbanyak diri melalui imitasi dan perpindahan.[13]

Börzsei mengatakan bahwa *meme* sendiri memiliki banyak macam format mulai dari gambar, animasi GIF, bahkan dalam bentuk video, sebagaimana yang tertulis dalam jurnalnya sebagai berikut: *"The internet meme is a form of visual entertainment, which can manifest in many different formats, such as still image, an animated GIF, or even a video"*[14], dan pada penelitian kali ini peneliti akan berfokus pada *meme* dalam bentuk format gambar.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[12]https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/meme, diakses pada tanggal 10 Maret 2021 17:26.

[13]Richard Dawkins, *The Selfish Gene*, (New York: Oxford University Press: 2006), hlm. 192.

[14]Linda K. Börzsei,*"Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes"*. Utrecht University, Februari 2013, hlm. 5.

Gambar 1

Sumber: 1cak.com

Berdasarkan beberapa pemaparan sebelumnya, *meme* secara garis besar dapat disimpulkan sebagai media penyampai pesan dengan desain yang unik, karena hanya berupa teks yang disematkan pada sebuah gambar, video berdurasi singkat, maupun animasi GIF. Hal ini merupakan sebuah keunikan dimana akan ada sebuah cerita dibalik *meme* tersebut tanpa harus menyertakan penjelasan atau cerita yang ada dalam *meme* tersebut. Berbeda dengan media cetak semacam koran maupun majalah yang disampaikan secara panjang lebar serta jalur komunikasinya searah, *meme* bisa digunakan untuk komunikasi dua arah dengan beragamnya tanggapan yang diberikan oleh pemirsanya yang dapat disampaikan langsung lewat kolom komentar maupun dalam berbalas pesan atau *chatting*.

Meme yang pada mulanya berisi materi yang mengarah pada hiburan, parodi, sindiran, kritikan, maupun curahan perasaan kini sudah banyak dikembangkan oleh beberapa kreatornya dengan cara mengubah isi konten di

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dalamnya dengan hadis, sehingga muncullah model *meme* baru disebut dengan *meme* hadis.

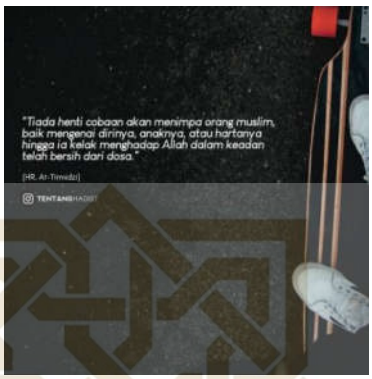
Gambar 2

Sumber: @nuonline_id

Pada seperempat akhir tahun 2020 yaitu pada jangka waktu Oktober-Desember, *meme* hadis sudah banyak diunggah oleh berbagai akun di media sosial Instagram salah satunya adalah akun @nuonline_id. Pada akun tersebut ditemukan banyak unggahan *meme* hadis seperti contoh pada gambar 2. Pada akun lain ditemukan pula beberapa unggahan *meme* yang mengandung unsur hadis, seperti pada yang diunggah oleh akun @tentanghadist sebagai berikut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 3



Sumber: @tentanghadist

Meme memang sudah sepantasnya didesain dengan sederhana karena keterbatasan ruang, akan tetapi dalam ruang yang terbatas tersebut terdapat sebuah pesan terselubung yang ingin disampaikan oleh kreatornya, sebagaimana dikatakan Börzsei bahwa *meme* memang tidak harus dibuat dengan detail dan bagus karena fokus utama dari *meme* adalah pesannya.[15] Dengan banyaknya peredaran *meme* hadis pada seperempat akhir tahun 2020 di media sosial Instagram yang pada dasarnya sudah memiliki banyak pengguna aktif, secara otomatis *meme-meme* tersebut mudah untuk diakses dan dibagikan ke berbagai arah. Di sisi lain para kreator atau pembuat dan pengunggah *meme-meme* tersebut memiliki maksud atau pesan yang terkandung pada setiap *meme* yang diproduksi termasuk dalam *meme* hadis. Selain itu peneliti memilih Instagram karena jejaring tersebut merupakan media berbagi gambar

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[15]Linda K. Börzsei,*"Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes"*. Utrecht University, Februari 2013, hlm. 5.

maupun video yang tentu saja menjadi ranah yang mudah untuk membagikan dan mengkonsumsi *meme*.Alasan pemilihan akun Instagram @nuonline_id sebagai subjek penelitian dikarenakan @nuonline_id memiliki 700.000 lebih pengikut per Agustus 2021 dan menyatakan bahwa akun tersebut adalah media resmi Nahdlatul Ulama, secara otomatis unggahan akun tersebut akan mendapat banyak pemirsa karena NU merupakan salah satu ormas Islam terbesar di Indonesia. Dengan banyaknya pemirsa maka informasi akan cepat menyebar, apabila tidak ada penjelasan yang spesifik mengenai konten hadis dalam *meme* yang diunggah, dikhawatirkan terjadi kesalahpahaman dalam menerima pesan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut sehingga pada akhirnya peneliti memilih judul **Analisis Isi Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis (Studi Deskriptif Kuantitatif Pesan yang Terkandung dalam *Meme* Hadis di Akun Instagram @nuonline_id Periode Oktober-Desember 2020)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah, dapat dirumuskan permasalahan sebagai batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum mengenai *meme* hadis di Instagram?
2. Bagaimana isi dari pesan yang terkandung pada *meme* hadis yang diunggah akun Instagram @nuonline_id?

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

   a. Mengetahui gambaran umum mengenai *meme* hadis di Instagram.

   b. Mengetahui isi pesan dalam *meme-meme* hadis di Instagram @nuonline_id.

2. Kegunaan

   Fokus penelitian ini adalah menggali lebih dalam tentang gambaran umum dan apa isi pesan yang terkandung dalam *meme* hadis yang beredar Instagram. Secara garis besar kegunaan penelitian ini dalam bidang akademik diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap keilmuan di bidang Ilmu Hadis, sehingga berguna bagi studi hadis maupun khalayak umum dalam memahami hadis yang akan dijadikan *meme* maupun hadis yang termuat dalam sebuah *meme* dengan lurus. Singkatnya, peneliti ingin mengajak diri sendiri dan khalayak umum untuk memahami maksud dari pesan yang tersembunyi dalam *meme* hadis di Instagram dengan cara yang praktis dan mudah, agar kedudukan hadis sebagai sumber hukum Islam paling utama setelah al-Qur'an tidak disalah maknai.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

D. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung terlaksananya penelitian ini, maka perlu dilakukan studi kepustakaan dan setelah dilakukannya penelusuran terhadap kajian tentang *meme* baik dalam bentuk karya tulis ilmiah maupun umum, hasilnya sangat banyak yang telah meneliti mengenai *meme*, beberapa diantaranya yakni:

Skripsi karya Akbar Muslim Syarif Asmarawan, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2011 yang berjudul "Analisis Isi Pesan Permasalahan Sosial Dalam Internet *Meme*". Dalam skripsinya peneliti memaparkan tentang permasalahan sosial yang terjadi pada dunia nyata yang diangkat menjadi konten dalam sebuah *meme* pada periode November 2015, seperti kemiskinan, kejahatan, peperangan, dan pelanggaran norma-norma masyarakat. Dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebuah *Fan Page* dari *platform* jejaring sosial *Facebook* bernama *Meme* Comic Indonesia.[16]

Sebuah jurnal karya Miski, dari Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul "Fenomena *Meme* Hadis Celana Cingkrang dalam Media Sosial". Fokus penelitiannya adalah fenomena *meme* hadis tentang celana cingkrang di media sosial dan bagaimana persoalan di balik fenomena tersebut dalam konteks keagamaan.

[16]Akbar Muslim Syarif Asmarawan, *Skripsi*: *"Analisis Isi Pesan Permasalahan Sosial Dalam Internet Meme"* (Yogyakarta: FISHUM UIN Sunan Kalijaga, 2016).

Dalam jurnalnya peneliti menyeleksi dan mengklasifikasikan *meme* hadis tentang celana cingkrang berdasarkan pesan yang terkandung di dalamnya.[17]

Rendy Pahrun Wadilapa dari Universitas Airlangga Surabaya dengan judul "*Meme Culture* & Komedi-*Satire* Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru". Jurnal tersebut membahas mengenai peran *meme* sebagai fenomena baru dalam dunia ilmu komunikasi terutama pada Pemilu 2014 di Indonesia. Pada momen Pemilu 2014 dunia internet disebut sebagai salah satu media yang paling aktif dan sibuk, serta beredarluasnya *meme* yang berisikan konten berbau politik mulai dari sindiran, guyonan, dan masih banyak lagi sehingga *meme* yang dibahas atau diteliti merupakan jenis *meme* politik.[18]

Jurnal yang ditulis oleh I Gusti Ayu Ratih Sintya Dewi, I Nengah Suandi, dan Ni Made Rai Wisudariani dari Universitas Pendidikan Ganesha dengan judul "Jenis, Bentuk, dan Fungsi Tindak Tutur *Meme Comic* pada Facebook". Penelitian pada jurnal ini menunjukkan bahwa *meme* mengandung tindak tutur dimana di dalamnya terdapat tindakan yang tampak pada makna atau maksud tuturan, baik itu tersurat maupun tersirat. Dari tindak tutur tersebut peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[17]Miski, *"Fenomena Meme Hadis Celana Cingkrang dalam Media Sosial"* Jurnal Multikultural & Multireligius, Vol. 16, No. 2, 2017.

[18]Rendy Pahrun Wadilapa, *"Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru"* Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 12, No. 1, Juni 2015.

memaparkan mengenai berbagai macam jenis, bentuk, dan fungsi dari suatu tindak tutur dari sebuah *meme*.[19]

Sebuah jurnal karya Ririn Setyorini dari program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Peradaban Bumiayu dengan judul "Deskripsi Implikatur Fenomena *Meme* Di Instagram Dan Implementasinya Sebagai Bahan Ajar Teks Anekdot". Penelitian pada jurnal tersebut bertujuan mengungkap maksud terselubung yang terdapat di dalam *meme* di Instagram. Dalam pemaparannya peneliti menyertakan 11 gambar *meme* yang dijadikan sampel beserta analisis maksud terselubung dari masing-masing *meme* yang dicantumkan.[20]

Dari beberapa penelitian diatas, terdapat persamaan antara penelitian ini dengan jurnal karya Miski dari segi objek yaitu *meme* hadis, akan tetapi terdapat perbedaan pada tujuan penelitiannya. Peneliti meneliti *meme* hadis di Instagram dalam periode Oktober-Desember 2020, sedangkan penelitian Miski membedah *meme* hadis tentang celana cingkrang. Penelitian yang dilakukan Akbar Muslim Syarif Asmarawan dilakukan pada *meme* sebagai objek penelitiannya dan *fan page Meme Comic Indonesia* dari *platform facebook* sebagai subjek penelitiannya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[19]I Gusti Ayu Ratih Sintya Dewi, I Nengah Suandi, dan Ni Made Rai Wisudariani, *"Jenis, Bentuk, dan Fungsi Tindak Tutur Meme Comic pada Facebook"* e-Journal Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha, Vol. 5, No. 3, 2016.

[20]Ririn Setyorini, *"Deskripsi Implikatur Fenomena Meme Di* Instagram *Dan Implementasinya Sebagai Bahan Ajar Teks Anekdot"*, Jurnal Bahtera Jilid 04 No. 8, September 2017.

E. Landasan Teori

Agar penelitian dapat dipertanggungjawabkan, maka dalam penelitian ini peneliti menyertakan beberapa teori yang mendukung terlaksananya penelitian, berikut beberapa teori yang peneliti terapkan:

1. *Takhrīj al-Ḥadīṡ*

Secara bahasa, *takhrīj* berarti mengeluarkan. Sementara itu menurut terminologi, *takhrīj* ialah berkembang sesuai dengan situasi dan kondisi. Sehubungan dengan itu, Prof. Dr. Abdul Muhdi mendefinisikannya sebagai berikut:[21]

a. Pengertian *takhrīj.*

ذِكْرُ الْأَحَادِيْثِ بِأَسَانِيْدِهَا

Menyebutkan beberapa hadis dengan sanadnya.[22]

b. Pengertian lain.

ذِكْرُ أَسَانِيْدَ أُخْرَى لِأَحَادِيْثِ كِتَابٍ ذُكِرَتْ أَسَانِيْدُهُ مِنْ بَابِ التَّقْوِيَةِ فِي الْإِسْنَادِ وَالزِّيَادَةِ فِي الْمَتْنِ

Menyebutkan sanad-sanad lain beberapa hadis yang terdapat dalam sebuah kitab. Penyebutan beberapa sanad tersebut dalam suatu bab memperkuat posisi sanad dan menambah ragam dalam matan.[23]

[21]Abdul Majid Khon, *Takhrij & Metode Memahami Hadis*, (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 2.

[22]Abdul Majid Khon, *Takhrij & Metode Memahami Hadis*, (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 3.

c. Pengertian *takhrīj* setelah dibukukan.

عَزْوُ الْأَحَادِيْثِ اِلَى الْكُتُبِ الْمَوْجُوْدَةِ فِيْهَا مَعَ بَيَانِ الْحُكْمِ عَلَيْهَا

Menunjukkan asal beberapa hadis pada kitab-kitab yang ada (kitab induk hadis) dengan menerangkan hukumnya.[24]

Terdapat dua objek penelitian dalam *takhrīj* hadis yaitu penelitian *sanad* (eksternal) dan *matan* (internal), keduanya saling berkaitan karena *matan* dapat dianggap valid jika disertai silsilah *sanad* yang valid pula. Studi internal hadis adalah tujuan studi, sedangkan studi eksternal hadis adalah sarana proses validitas suatu *matan*. Studi internal hadis adalah *output*, sedangkan studi eksternal hadis adalah *input*.[25]

2. Internet *Meme*

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa *meme* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins yang merupakan seorang ahli biologis pada tahun 1976 dalam karyanya yang berjudul *"The Selfish Gene"*, ia menganalogikan *meme* sebagai suatu unit budaya yang mirip dengan gen pada manusia. Dengan unit budaya ini suatu ide, pengetahuan, dan informasi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[23]Abdul Majid Khon, *Takhrij & Metode Memahami Hadis*, (Jakarta, Amzah: 2014), hlm. 3.

[24]Abdul Majid Khon, *Takhrij & Metode Memahami Hadis*, (Jakarta, Amzah: 2014), hlm. 3.

[25]Abdul Majid Khon, *Takhrij & Metode Memahami Hadis*, (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 4.

budaya lainnya dapat memperbanyak diri melalui imitasi dan perpindahan.[26] Lebih jauh Dawkins menjelaskan bahwa *meme* adalah salah satu gen budaya (ide, pemikiran, sikap, dll.) yang disebarkan melalui peniruan, seperti lagu, jargon, gaya busana, bahkan bentukan arsitektural.[27] Sedangkan menurut Shifman internet *meme* adalah: (a) penyebaran karakteristik yang sama dari sebuah konten, bentuk, dan/atau sudut pandang; (b) diciptakan dengan kesadaran satu sama lain; dan (c) diedarkan, ditiru, dan diubah melalui internet oleh banyak pengguna.[28]

Meme diproduksi melalui proses replikasi dan modifikasi gambar visual yang mudah diakses dari google. Seorang pembuat *meme* mentransfer idenya ke *meme* menggunakan teks, menambah atau mengurangi gambar melalui proses digital sederhana, tergantung pada tujuan *meme*. Setelah proses replikasi, *meme* tersebut selanjutnya akan disebarkan melalui fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial, seperti *share*, *retweet*, atau *repost*. Teknologi ini memungkinkan pembuatnya menghasilkan lebih banyak *meme* baru sehingga yang lama cepat atau lambat akan digantikan dengan yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[26]Richard Dawkins, *The Selfish Gene*, (New York: Oxford University Press: 2006), hlm. 192.

[27]Ali Imron, "*THE MILLENNIAL GENERATION, HADITH MEMES, AND IDENTITY POLITICS: The New Face of Political Contestation in Contemporary Indonesia"*, Jurnal Ulul Albab, Vol. 20, No. 2, 2019, hlm. 260.

[28]Limor Shifman, *"The Cultural logic of Photo-Based Meme Genres"* Journal of Visual Culture, Vol. 13, No. 3, 2014, hlm 341.

baru, dengan hanya sedikit dari *meme-meme* tersebut yang mampu bertahan hidup.[29]

Dalam evolusi secara pengertian biologis, gen terlemah akan ditinggalkan sebelum menghilang seluruhnya; hanya gen yang kuat yang mampu bertahan hidup. Dawkins menyebut gen kuat sebagai gen egois karena selalu ingin tampil ke permukaan untuk menunjukkan eksistensi mereka. Oleh karena itu mereka selalu berusaha terus menerus memperkuat diri mereka sendiri. Sebaliknya, gen yang tidak egois cenderung bersembunyi, tidak muncul di permukaan, sebelum akhirnya tenggelam, menghilang, dan punah. Ini juga terjadi dalam budaya, terutama budaya *meme*. sementara *meme* yang kuat mampu bertahan hidup *meme* yang lemah akan segera lenyap, tenggelam oleh perubahan, dan pada akhirnya digantikan oleh *meme* baru yang kuat. Dalam konteks ini, prinsip *survival of the fittest* juga relevan.[30]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[29]Ali Imron, "*THE MILLENNIAL GENERATION, HADITH MEMES, AND IDENTITY POLITICS: The New Face of Political Contestation in Contemporary Indonesia"*, Jurnal Ulul Albab, Vol. 20, No. 2, 2019, hlm. 261.

[30]Ali Imron, "*THE MILLENNIAL GENERATION, HADITH MEMES, AND IDENTITY POLITICS: The New Face of Political Contestation in Contemporary Indonesia"*, Jurnal Ulul Albab, Vol. 20, No. 2, 2019, hlm. 261.

3. Analisis Isi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori analisis isi (*content analysis*), secara umum analisis isi dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik infersi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi.[31] Analisis isi terutama digunakan untuk menganalisis isi media baik cetak maupun elektronik[32], penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi.[33] Ciri-ciri dari analisis isi adalah sebagai berikut:

1. Objektif

Salah satu ciri penting dari analisis isi adalah objektif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan dari peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Analisis isi memang menggunakan manusia (*human*), tetapi ini harus dibatasi sedemikian rupa sehingga subjektivitas ini tidak muncul. Hasil dari

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[31]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 15.

[32]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 10.

[33]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 11.

analisis isi adalah benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks, dan bukan akibat dari subjektivitas (keinginan, bias, atau kecenderungan tertentu) dari peneliti.[34]

2. Sistematis

Selain harus objektif, analisis isi juga harus sistematis. Sistematis ini bermakna, semua tahapan dan proses telah dirumuskan secara jelas, dan sistematis (Riffe, Lacy, dan Fico, 1998: 20). Kategori diturunkan dari variabel, variabel diturunkan berdasarkan teori, pengujian dibuat berdasarkan hipotesis. Sistematis ini juga berarti setiap kategori yang dipakai menggunakan suatu definisi tertentu, dan semua bahan dianalisis dengan menggunakan kategori dan definisi yang sama.[35]

3. Replikabel

Salah satu ciri penting dari analisis isi yaitu ia harus replikabel. Penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil-hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya juga menghasilkan temuan yang sama. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[34]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 16.

[35]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 18.

berbeda, waktu yang berbeda, dan konteks yang berbeda. (Neuendorf, 2002: 12).[36]

4. Isi yang tampak

Di antara para ahli, ada perbedaan dalam melihat apakah analisis isi hanya perlu melihat isi tampak (*manifest*) ataukah juga dapat dipakai untuk melihat isi yang tidak tampak (*latent*). Neuendorf (2002: 23) dan Krippendorff (2006: 20) menyatakan bahwa analisis isi dapat dipakai untuk melihat semua karakteristik dari isi, baik yang tampak maupun yang tidak tampak. Adapun Barelson (1952: 18), Holsti (1969: 14) menilai bahwa analisis isi hanya dapat dipakai untuk menyelidiki isi yang tampak. Analisis isi tidak dapat dipakai untuk melihat isi yang tidak tampak. Sementara Riffe, Lacy, dan Fico (1998: 30), mengajukan jalan tengah. Pada saat proses *coding* dan pengumpulan data, peneliti hanya dapat menilai aspek-aspek dari isi yang terlihat. Sementara pada saat tahap analisis data, peneliti dapat memasukkan penafsiran akan aspek-aspek dari isi yang tidak terlihat.[37]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[36]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 21.

[37]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 23.

5. Perangkuman

Ciri lain dari analisis isi yaitu ditujukan untuk membuat perangkuman/ *summarizing*. Analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/ pesan. Analisis isi sebaliknya tidak berpretensi untuk menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisis isi dapat dikategorikan sebagai penelitian yang bertipe nomotetik yang ditujukan untuk membuat generalisasi dari pesan, dan bukan penelitian jenis *idiographic* yang umumnya bertujuan membuat gambaran detail dari suatu fenomena.[38]

6. Generalisasi

Analisis isi tidak hanya bertujuan untuk melakukan perangkuman (*summarizing*) tetapi juga berpotensi untuk melakukan generalisasi. Ini terutama jikalau analisis isi menggunakan sampel. Hasil dari analisis dimaksudkan untuk memberikan gambaran populasi. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menganalisis secara detail satu demi satu kasus.[39]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[38]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 29.

[39]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 30.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam hal ini adalah analisis isi kuantitatif, dimana ini adalah analisis yang dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi (*content*) dan menyajikannya secara kuantitatif. Penelitian ini hanya memfokuskan pada bahan yang tersurat saja. Peneliti hanya meng-*coding* (memberi tanda) apa yang dilihat (berupa suara, tulisan di surat kabar dan/ atau gambar di televisi). Penelitian menggunakan analisis isi kuantitatif harus dikerjakan secara objektif.[40]

Penelitian dengan analisis isi kuantitatif ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif. Analisis isi deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak bermaksud untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.[41]

2. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini dibutuhkan adanya subjek dan objek penelitian guna memperoleh dan membatasi sampel yang akan diteliti. Dalam hal ini

[40]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 1.

[41]Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2011), hlm. 47.

peneliti memilih akun Instagram dengan *username* @nuonline_id sebagai subjek penelitian, dan sebagai objek penelitian peneliti akan memilih *meme* hadis yang diunggah akun tersebut selama periode Oktober- Desember 2020.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dijadikan acuan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah konten *meme* hadis yang diunggah oleh akun Instagram @nuonline_id. Adapun sumber data yang digunakan adalah:

a. Sumber data primer, adalah sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konten yang di-*post* oleh akun Instagram @nuonline_id, dalam hal ini tidak lain adalah *meme* hadis.
b. Sumber data sekunder, adalah sumber data kedua yaitu data tambahan seperti buku-buku, jurnal, karya ilmiah, internet, dan data lain yang bisa dijadikan pelengkap dalam penelitian ini.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam mendukung kelancaran dalam pengumpulan data, maka diperlukan metode pengumpulan data yang tepat. Pengumpulan data dalam analisis isi ini adalah dengan menyimpan semua unggahan *meme* hadis dari akun Instagram @nuonline_id pada periode November-Desember 2020. Selain itu untuk lebih menambah data yang berguna bagi penelitian, maka peneliti mendapatkan informasi yang terkait dengan masalah yang terdapat dalam penelitian melalui buku, internet, jurnal, karya ilmiah dan sebagainya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas dan kerangka pemikiran yang sistematis maka pembahasan ini disusun dengan bentuk bab per bab, yang secara garis besar sistematika pembahasannya terdiri dari lima bab.

Pada bab pertama berisi pendahuluan, meliputi Latar Belakang Masalah, dari latar belakang masalah ini kemudian diteruskan dengan Rumusan Masalah dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan dan Tujuan Penelitian untuk mengetahui betapa pentingnya suatu penelitian. Kemudian berlanjut pada Telaah Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua, tentang tinjauan umum yang akan membahas pengertian *meme* secara umum dan *meme* hadis berdasarkan definisi dari sumber-sumber ilmiah, dan uraian mengenai gambaran umum *meme* hadis.

Bab ketiga, akan berisi tentang *takhrīj* atas hadis-hadis yang ditemukan pada sampel, agar dapat mengetahui eksistensi, redaksi *matan*, riwayat lain dari hadis yang terdapat dalam objek penelitian.

Bab keempat, berisi analisis isi dari pesan yang terdapat pada *meme* hadis yang dijadikan sampel penelitian, yang kemudian akan dijelaskan secara deskriptif.

Bab kelima, merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang berisi kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab terakhir ini peneliti akan memaparkan beberapa kesimpulan mengenai penelitian kali ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, yaitu:

Gambaran umum mengenai *meme* hadis di instagram memiliki empat bentuk, yakni: *pertama*, *meme* lengkap dengan redaksi matan beserta terjemah dan nama periwayatnya; *kedua*, *meme* yang hanya menyediakan terjemahnya saja tanpa redaksi teks Arab; *ketiga*, *meme* yang berisi apa yang dianggap oleh kreatornya sebagai pesan utama dari hadis yang dikutip; *keempat*, *meme* yang tidak menyediakan teks hadis, juga tidak terjemahannya, tetapi hanya kutipan dari otoritas agama tertentu, baik tokoh perorangan maupun lembaga.

Setelah semua *meme* hadis di*takhrīj*, dapat disimpulkan bahwa *meme* hadis yang beredar di instagram khususnya yang diunggah oleh akun @nuonline_id memiliki kualitas yang beragam, tidak hanya mengunggah hadis-hadis *ṣaḥīḥ*, tetapi juga mengunggah hadis *ḥasan* dan bahkan *ḍa'if*. Dari sebelas *meme* hadis yang diteliti, ditemukan tiga *meme* hadis dengan konten berisi hadis *ḍa'if*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Selanjutnya seluruh data diinput ke dalam *coding sheet* dan melalui serangkaian pengujian, kemudian didapatkan angka reliabilitas sebesar 0,81 antara *coder* 1 dan *coder* 2. *Coder* 1 dan *coder* 3 mendapatkan angka yang sama yaitu 0,81, dan terakhir angka reliabilitas antara *coder* 2 dan *coder* 3 mendapatkan angka 0,90. Kemudian didapatkanlah hasil bahwa *meme* hadis dengan isi pesan informatif menempati posisi terbanyak dengan jumlah 55%, posisi kedua ditempati oleh *meme* hadis dengan isi pesan persuasif dengan frekuensi sebesar 24%, terakhir adalah *meme* hadis dengan isi pesan koersif atau instruktif dengan frekuensi 21%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas *meme* hadis yang diunggah oleh akun instagram @nuonline_id merupakan *meme* hadis yang digunakan untuk mengingatkan, berdakwah, dan mengajak pada kebaikan.

Isi pesan persuasif memiliki frekuensi sebesar 24% yang menunjukkan bahwa isi pesan ini mendapatkan posisi kedua setelah isi pesan informatif. Angka tersebut hanya 3% lebih banyak dibanding isi pesan instruktif dengan frekuensi 21%. Hal ini disebabkan *meme* hadis yang diunggah bertujuan untuk merubah perilaku atau tindakan seseorang baik dengan cara membujuk dengan halus maupun menyuruh atau memerintahkan dengan suatu ancaman.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Saran

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian dan mendapatkan hasilnya, peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Dalam penelitian terhadap *meme* hadis yang peneliti lakukan kali ini peneliti menggunakan *takhrīj al-ḥadīs* yang kemudian diolah dengan analisis isi, untuk penelitian selanjutnya bisa lebih fokus pada *living* hadis atau ma'anil hadis. Karena masih banyak hal yang dapat didalami terkait penggunaan konten hadis dalam pembuatan dan penyebaran *meme*, atau bagaimana memahami hadis dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti linguistik, konteks munculnya hadis tersebut, atau posisi serta kedudukan Rasūlullah saat menyampaikan hadis tersebut. Hal ini membutuhkan penelitian yang lebih lanjut dan mendalam.

2. Bagi Akun @nuonline_id

   Sebagai sebuah akun yang mengatasnamakan ormas Islam terbesar di Indonesia, tentunya berbagai unggahan pada akun tersebut akan dilihat banyak *netizen*. Oleh karena itu sebaiknya admin akun tersebut mengunggah *meme* hadis dengan menyertakan sumbernya termasuk nomor hadis terkait dan bila perlu mencantumkan kualitasnya, tidak hanya menampilkan matan dan mukharrijnya saja. Hal ini bertujuan supaya *netizen* yang membaca *post*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tersebut dapat mencari hadis yang disajikan dalam *meme* secara individu, dan *netizen* dapat mengetahui apakah hadis tersebut dapat diamalkan atau tidak melalui kualitas hadisnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Al-Asqalani, Ibn Hajar. 1421 H. *Taqrīb al-Tahżīb. Dār al-'Aṣīmah.*

Dawkins, Richard. 2006. *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press.

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: PT Mandar Maju.

Ismail, M. Syuhudi. 1991. *Pengantar Ilmu Hadis*. Bandung: Penerbit Angkasa.

Khon, Abdul Majid. 2014. *Takhrij & Metode Memahami Hadis*. Jakarta: Amzah.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate & Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi Dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

JURNAL

Ali Imron. 2019. "THE MILLENNIAL GENERATION, HADITH MEMES, AND IDENTITY POLITICS: The New Face of Political Contestation in Contemporary Indonesia", Ulul Albab.

I Gusti Ayu Ratih Sintya Dewi, I Nengah Suandi, dan Ni Made Rai Wisudariani. 2016 "Jenis, Bentuk, dan Fungsi Tindak Tutur Meme Comic pada Facebook." e-Journal Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha.

Limor Shifman. 2014. "The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres." Journal of Visual Culture.

Linda K. Börzsei. 2013. "Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes". Utrecht University.

Miski. 2017. "Fenomena Meme Hadis Celana Cingkrang dalam Media Sosial." Jurnal Multikultural & Multireligius.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rendy Pahrun Wadilapa. 2015. “Meme Culture & Komedi-Satire Politik: Kontestasi Pemilihan Presiden dalam Media Baru.” Jurnal Ilmu Komunikasi

Ririn Setyorini. 2017. “Deskripsi Implikatur Fenomena Meme Di Instagram Dan Implementasinya Sebagai Bahan Ajar Teks Anekdot.” Jurnal Bahtera.

.

SKRIPSI

Akbar Muslim Syarif Asmarawan, 2016. “Analisis Isi Pesan Permasalahan Sosial Dalam Internet Meme.” Skripsi. UIN Sunan Kalijaga.

INTERNET

https://apjii.or.id/survei2019x/download/jZTrDG6a81XPN0QeRunYMcHSKUbq2o

https://kbbi.kemdikbud.go.id

LAINNYA

Al-Kutūb al-Tis'ah dalam *al-Maktabah al-Syāmilah*, 2020.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

CD-Rom *Mausū'ah al-Ḥadīṡ al-Syarīf al-Kutūb al-Tis'ah*, 1997.

Lidwa Pusaka i-Software.

Taqrīb al-Tahżīb dalam *al-Maktabah al-Syāmilah*, 2020.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA