

**RELIGIUSITAS WARGANET
KONSUMEN MEME DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Pada Warganet Islam Surabaya)

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh:

**Ahmad Kamal Abdul Jabbar
NIM F02716153**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Kamal Abdul Jabbar
NIM : F02716153
Jenjang : Magister
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Institusi : UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 18 Desember 2019

Saya yang menyatakan,



Ahmad Kamal Abdul Jabbar

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis Ahmad Kamal Abdul Jabbar ini telah disetujui

Pada tanggal 18 Desember 2019

Oleh

Pembimbing



Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si

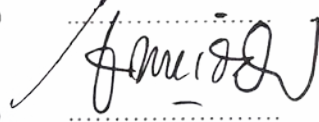
NIP. 197106021998031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis Ahmad Kamal Abdul Jabbar ini telah diuji
pada tanggal 30 Desember 2019

Tim Penguji :

1. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si (Ketua)
2. Dr. Mochammad Choirul Arif, S. Ag., M.Fil I (Penguji)
3. Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si (penguji)



Surabaya, 06 Januari 2020

Direktur,



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag.
Nip. 196004121994031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Kamal Abdul Jabbar
NIM : F02716153
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana / Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : akmalaljabeer@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Sekripsi ☒ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Religiusitas Warganet Konsumen Meme di Media Sosial

(Studi pada Warganet Islam Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Januari 2020

Penulis

(Ahmad Kamal Abdul Jabbar)

ABSTRAK

Ahmad Kamal Abdul Jabbar, 2019, Religiusitas Warganet Konsumen Meme di Media Sosial (Studi Pada Warganet Islam Surabaya)

Kata Kunci: Meme, Religiusitas, Warganet, Media Sosial

Dewasa ini Internet mengisi berbagai jenis kebutuhan informasi para warganet. Kecepatan arus informasi dan mudahnya akses adalah salah satu kelebihan yang ditawarkan internet. Salah satu yang diuntungkan yakni meme bermuatan konten Islami yang banyak dijumpai di media sosial seperti Instagram. Tren gerakan hijrah yang membanjiri media sosial turut berperan dalam menggerakkan roda konsumsi dan persebaran meme Islami di Instagram. Sayangnya, Perbedaan kemampuan literasi yang dimiliki warganet membuat mereka rentan mengonsumsi informasi yang salah, khususnya untuk perihal Islam.

Studi ini dimaksudkan untuk mencari jawaban tentang dari mana warganet muslim Surabaya mendapatkan ajaran-ajaran Islam, serta bagaimana warganet muslim Surabaya memposisikan meme Islami dalam religiusitas mereka. Jenis riset ini adalah fenomenologi dan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik yang digunakan adalah metode wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teori kognitif sosial Albert Bandura untuk menganalisa data penelitian.

Hasil riset menemukan bahwa setidaknya warganet muslim Surabaya mendapatkan ajaran Islam dari 4 jenis hal meliputi pendidikan formal, pendidikan non-formal, lingkungan (sosial dan budaya), serta internet. Hasil studi juga menunjukkan bahwa warganet muslim memposisikan meme Islami kedalam dua posisi, pertama yakni meme Islami sebagai pembawa ajaran Islam untuk warganet, hal ini meliputi posisi meme Islami sebagai pengingat, hiburan, serta media belajar. Kedua yakni meme Islami sebagai hal yang digunakan untuk menyebarkan Islam (dakwah) dan juga media komunikasi antar sesama warganet.

Ahmad Kamal Abdul Jabbar, 2019, Religiusitas Warganet Konsumen Meme di Media Sosial (Studi Pada Warganet Islam Surabaya)

Internet fills various types of netizen's information needs nowadays. The information flow speed and easy access is one of the advantages offered by the internet. One of the beneficiaries is memes with Islamic content which are often found on social media such as Instagram. The hijrah movement trend that flooded social media also played a role in moving the wheel of consumption and the spread of Islamic memes on Instagram. Unfortunately, the different literacy abilities of netizens make them vulnerable to consuming misinformation, especially for matters of Islam.

This study is intended to find answers about where Surabaya's Muslim citizens get the teachings of Islam, as well as how Surabaya's Muslim citizens position Islamic memes in their religiosity. This research is categorized as phenomenology and uses a qualitative approach. The technique used in this research is in-depth interviews, observation, and documentation. Researchers use Albert Bandura's social cognitive theory to analyze research data.

The research found that at least Surabaya Muslim citizens get Islamic teachings from four types of sources including formal education, non-formal education, environment (social and cultural), and the internet. The results of the study also show that Muslim citizenship positions Islamic memes into two positions, firstly Islamic memes that provide Islamic teachings for citizens, this includes the position of Islamic memes as reminders, entertainment, and learning media. The second is the Islamic meme as something that is used by Muslim citizens, where it is used as a propaganda tool and also a medium of communication between fellow citizens.

G. Teori Kognisi Sosial	71
BAB III: Data Hasil Penelitian	
A. Profil Warganet Islam Surabaya	78
B. Data Hasil Penelitian	89
1. Tempat Warganet Muslim Mendapat Ajaran Islam	87
2. Warganet Islam Surabaya Dalam Memosisikan Meme Islami Dalam Religiusitas	106
BAB IV: Interpretasi Hasil Penelitian	
A. Temuan Penelitian	139
1. Latar Belakang Pendidikan Menentukan Posisi Meme Islami Dalam Religiusitas Warganet Muslim	139
2. Warganet Muslim Memerhatikan Kondisi dan Tipe Meme Islami Dalam Memberikan Posisi	153
B. Religiusitas Warganet Islam Konsumen Meme Islami dalam Peerspektif Teori Kognitif Sosial	165
Bab V: Pentup	
A. Kesimpulan	174
B. Saran	175
Daftar Pusataka	
Lampiran	

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era kehidupan manusia sejauh ini bisa dikategorikan menjadi tiga era utama, yaitu era masyarakat agraris, era masyarakat industri, dan yang telah mulai dan sedang terjadi saat ini ialah era masyarakat informasi.¹ Sesuai dengan sebutannya, salah satu komoditi pokok konsumsi masyarakat pada era ini adalah informasi. Indikator munculnya era masyarakat informasi ini adalah hadirnya media baru, sekaligus sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media baru adalah media lama yang mengalami perubahan cara/metode penggunaannya dan mengalami proses yang disebut digitalisasi (*digitization*).² Adapun yang dimaksud dengan digitalisasi adalah proses dimana semua bentuk informasi baik angka, kata, gambar, suara, data, atau gerak dikodekan kedalam bentuk bit-data³ yang memungkinkan manipulasi dan transformasi data.⁴ Proses ini memungkinkan seseorang untuk bisa menyimpan teks, gambar, dan suara secara efisien.

¹ Eka Wenats Wuryanta, *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 2, (Jakarta: U.K. Atma Jaya, 2004), Hlm. 132

² Robert K. Logan, *Understanding New Media: ,* (New York: Peter Lang, 2010), Hlm. 4

³ Bit adalah kependekan dari *binary digit*, unit satuan terkecil dalam komputasi digital.

⁴ Eka Wenats Wuryanta, *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 2, (Jakarta: U.K. Atma Jaya, 2004), Hlm. 134

Salah satu fenomena yang belakangan ini sedang tren ialah Gerakan Hijrah. Pada dasarnya, akar kata hijrah berasal dari bahasa Arab yang berarti berpindah. Dalam konteks gerakan ini, hijrah bisa dipahami sebagai pindah/berubah menjadi muslim dengan pribadi yang lebih baik dengan meningkatkan ketaatan pada ajaran agama Islam. Gerakan ini paling banyak dijumpai dalam media sosial. Secara struktur gerakan ini tidak terorganisir dan tidak memiliki ketua atau koordinator, namun bisa terjadi dengan luas dan memiliki dampak yang besar.⁸

⁸ Abdul Hair, *Fenomena Hijrah di Kalangan Anak Muda*, diakses dari laman news.detik.com pada 10 Nopember 2018

Pada satu sisi, hal ini sangat positif sebab menandakan adanya inovasi dalam cara mengekspresikan religiusitas di dunia maya. Namun di sisi lain, hal ini dianggap riskan mengingat adanya beberapa hal; (1) Anonimitas pengguna internet menimbulkan ketidak-jelasan kredibilitas sumber informasi, sehingga; (2) Kesahihan informasi pun tidak terjamin; (3) Tidak semua warganet memiliki pengetahuan dan literasi media yang cukup. Sebagaimana dikatakan oleh Thomas Berker dkk dalam *Domestication of Media and Technology* bahwa media dan teknologi ibarat binatang yang buas.¹⁰ Hanya akan terjadi dua kemungkinan, berhasil menjinakkan binatang tersebut atau dimakan oleh hewan buas itu. Merupakan hal yang baik jika informasi yang tersebar dan dikonsumsi oleh

¹⁰ Thomas Berker dkk, *Domestication of Media and Technology*, (Berkshire: Open University Press, 2006), hlm. 4

Melalui pembahasan latar belakang diatas, bisa ditangkap beberapa kata kunci terkait penelitian ini, yakni religiusitas, warganet, meme, konsumsi, dan media sosial. Peneliti merasa perlu memberikan ulasan yang lebih dalam terkait kata kunci tersebut. Berikut ini adalah pembahasan tersebut, disertai dengan identifikasi dan batasan terkait kata kunci tadi dalam konteks penelitian ini.

1. Religiusitas Warganet

Pada riset ini kata religiusitas digunakan untuk mewakili pengetahuan seorang muslim terhadap ajaran agama Islam. Hal ini didukung dengan adanya asumsi bahwa pengetahuan agama adalah hal yang penting dalam religiusitas seseorang. Religiusitas memiliki banyak dimensi, meliputi dimensi keyakinan, dimensi peribadatan, dimensi pengamalan, dimensi pengetahuan, dan terakhir adalah dimensi penghayatan. Penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, peribadatan, pengamalan, dan pengetahuan ketika seorang muslim menghadirkan salah satu atau lebih dari 4 dimensi tersebut. Sedangkan pengetahuan adalah dimensi yang memiliki peran paling mendasar, ia

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ²⁸ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

Selanjutnya, kata kunci kedua dalam riset ini ialah warganet, yaitu sebutan bagi orang yang mengakses internet. Dalam istilah asing warganet dikenal sebagai *netizen*. Kedua kata ini belum lama ini ditambahkan kedalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai sinonim. Warganet itu sendiri adalah akronim dari warga internet.¹² Demikian pula dalam term aslinya, netizen adalah akronim dari *net citizen*. Gagasan ini dijelaskan oleh Hauben untuk menunjukkan bahwa disamping warga dunia nyata,

¹² Diakses dari KBBI Daring Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, dalam website: <https://kbbi.kemendikbud.go.id> pada 4 Maret 2019

2. Konsumen Meme di Media Sosial

¹³ Michael Hauben, et. al., *Netizens: On the History and Impact of Usenet and Internet*, (New York City: Wiley-IEEE Computer Society Press, 1997), hlm. 1

¹⁴ Hootsuite dan We Are Social, *2018 Digital Yearbook*, diakses dari <https://www.slideshare.net> pada 26 September 2018

¹⁵ Richard Brodie, *Virus Akalbudi Ilmu Pengetahuan Baru tentang Meme*, Terj. Hermaya & Christiana Udiani (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014), hlm. 24

Adanya media baru berupa internet memungkinkan meme juga menyebar kedalam media sosial seperti Instagram. Meme yang menyebar dalam internet bisa berisi gagasan atau konsep apapun dan berbentuk gambar atau video.¹⁷ Meme berupa gambar biasa terdiri atas ilustrasi yang disertai dengan teks dan disusun sedemikian rupa. Terkadang juga ditemui adanya meme gambar yang tersusun atas teks saja. Sedangkan untuk video, meme terdiri atas gambar bergerak dan atau disertai dengan teks dan audio pendukung. Kondisi ini menjadikan warganet juga menyebarkan ajaran Islam melalui meme, seperti yang ada dalam akun Negeri Akhirat, Hijrahku, Fiqih Wanita, dan lain sebagainya. Hal inilah yang kemudian penulis sebut sebagai meme Islami.

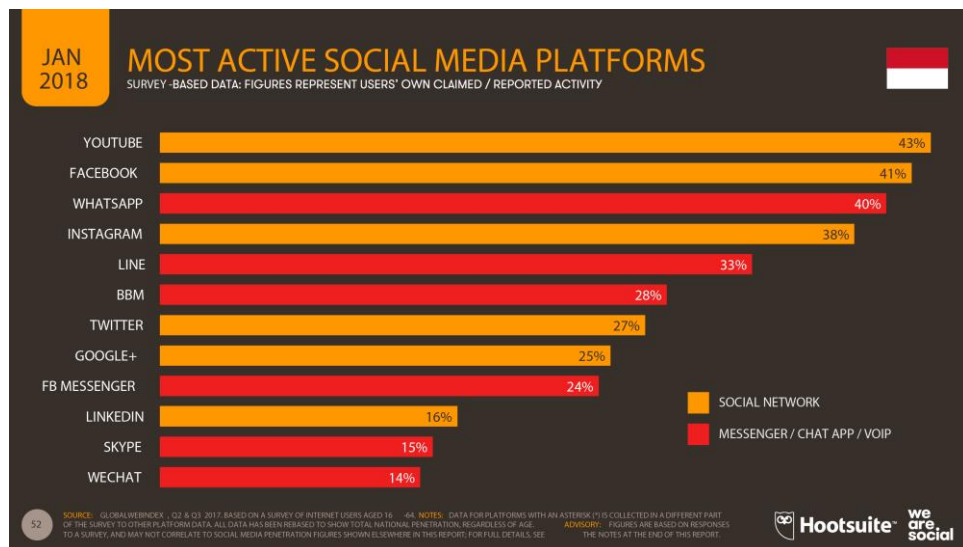
¹⁷ Christian Bauckhage, *Insights into Internet Memes*, dalam Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social, 2011, 42-49

Selanjutnya, pada riset ini juga tercantum adanya kata konsumen yang tergabung dalam term 'konsumen meme'. Konsumen yang dimaksud disini berasal dari kata konsumsi, bila dikaitkan dengan meme term itu merujuk pada orang yang mengonsumsi meme. Peneliti perlu membahas ini mengingat kaitannya dengan penelitian dirasa cukup penting. Dalam ruang lingkup meme, berdasarkan perannya, seseorang bisa dibedakan menjadi 2. Pertama yaitu orang yang membuat meme dan kedua yakni orang yang mengakses, melihat, menggunakan, atau dalam konteks riset ini lebih tepat jika disebut dengan orang yang mengonsumsi meme. Pemilihan kata ini dinilai mampu mewakili makna yang terkandung pada beberapa kata sebelumnya (mengakses, melihat dan menggunakan). Sampai pada titik ini, bisa ditegaskan kembali apabila dalam penelitian ini subjek penelitian atau informan berstatus sebagai orang yang mengonsumsi meme (Islami).

Adapun kata media sosial dalam riset ini merujuk pada Instagram, yakni aplikasi media sosial berbasis *social network* yang bisa dijalankan pada sistem operasi iOS, Android, dan Windows Phone. Ia memungkinkan penggunanya untuk mengambil, mengatur, mengunggah, serta membagikan foto atau video ke halaman utama akunnya.²⁰ Menggunakan sistem pertemanan ‘saling mengikuti’, pengguna Instagram bisa saling sapa dan memberikan respon pada foto dan video yang dibagikan melalui tombol suka (*like*), komentar (*comment*), atau bagikan (*share*). Pemilihan Instagram dikuatkan dengan adanya hasil riset yang menunjukkan bahwa ia termasuk 5 media sosial paling sering digunakan. Selain itu, tampilan platform yang disediakan memang di desain memudahkan pengguna untuk melihat foto/video yang dibagikan pengguna lain. Fakta ini sangat relevan dengan kriteria subjek teliti dalam riset ini, yakni konsumen meme.

¹⁹ Ibid, hlm. 6

[illegible]



Grafik 1.2 Media sosial paling aktif di Indonesia Januari 2018²¹

Sampai pada poin ini, berdasarkan penjabaran poin-poin utama diatas, bisa ditegaskan kembali bahwa redaksi ‘konsumen meme di media sosial’ yang dimaksud dalam judul riset merujuk pada warganet muslim berusia 18-24 tahun yang mengonsumsi meme Islami pada media sosial Instagram. Sebab keterbatasan peneliti, pertimbangan waktu, serta luasnya sebaran subjek, maka pada riset ini secara geografis warganet muslim dibatasi sebagai warga kota Surabaya.

²¹ Hootsuite dan We Are Social, *2018 Digital Yearbook*, diakses dari <https://www.slideshare.net> pada 26 September 2018

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan dari mana warganet muslim Surabaya mendapatkan ajaran Islam.
2. Menjelaskan bagaimana warganet muslim Surabaya memosisikan meme Islami dalam religiusitasnya

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan untuk pengembangan penelitian di bidang komunikasi penyiaran Islam dan media, khususnya dalam ranah *memetika*. Riset ini juga diharapkan mampu memberikan rujukan tentang studi lanjutan mengenai konsekuensi perkembangan teknologi komunikasi bagi dakwah Islam ataupun perilaku penganutnya. Selain itu riset ini juga diharapkan dapat menyumbangkan

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menunjukkan pentingnya memperhatikan kualitas konten yang tersebar dalam internet, terutama konten yang mengandung ajaran Islam. Selain itu peneliti berhadapan riset ini menjadi rujukan dalam memahami perlunya literasi media pada masyarakat di era digital sekaligus menjadi referensi dalam memprediksi konsekuensi-konsekuensi dari hadirnya perkembangan teknologi komunikasi tidak terjadi pada generasi muda Islam Indonesia, khususnya internet dan media sosial.

Adapun salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana warganet Islam memosisikan meme Islami dalam religiusitasnya. Secara konteks, hal ini berkaitan dengan bagaimana seseorang bertindak/merespon sesuatu berdasarkan kehendak atau kuasa mereka itu sendiri. Hal ini identik dengan gagasan yang disampaikan oleh Albert Bandura melalui teori kognitif sosial.

[illegible]

Adanya faktor lain yang dapat mempengaruhi orang individu dapat mempengaruhi kepatuhan Islami dalam religiusitas.

dahulu

asarnya penelitian ini berangkat dari pem

a yang sudah pernah dilakukan. Riset terda

an ini berangkat
nah dilakukan

²² Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 98

Kedua adalah penelitian dengan judul “Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial” yang dilakukan oleh Silvia Fardila Soliha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara kecemasan sosial dan ketergantungan pada media sosial di kalangan mahasiswa di kota Semarang.²⁴ Dengan mengusung metode kuantitatif, peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dua variabel dengan cara mengumpulkan data yang telah disebarkan kepada 100 responden yang dipilih secara random

²⁴ Silvia Faradila Soliha, *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial*, dalam Jurnal Interaksi vol. 4 no. 1, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), hlm. 1

Kemudian yang ketiga ialah penelitian yang dilakukan oleh Latiful Hanan Mustajab. Riset berjudul “Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam Di Media Sosial” ini menggunakan metode kualitatif dan berusaha untuk menjelaskan bagaimana proses resepsi remaja Islam Surabaya tentang meme Islam di media sosial.²⁵ Hasilnya, ada tiga kategori remaja Surabaya dalam melakukan resepsi terhadap meme Islam di media sosial: (1) Meme Islam dan posisi dominan hegemonik kepada remaja Islam Surabaya, yaitu sebagai salah satu bentuk media pembelajaran ideologi agama Islam dengan menggunakan internet melalui media sosial; (2) Proses Negosiasi remaja Islam Surabaya dalam pemaknaan meme Islam, Terangkum dalam beberapa Tahapan proses pengolahan informasi, yaitu: sensasi, persepsi, memori, dan berpikir; (3) Pemaknaan oposisional atau penolakan kode pesan meme di kalangan remaja Islam Surabaya. Latar belakang pemaknaan oposisional didasarkan pada gagasan bahwa

[illegible]

Penelitian keempat dilakukan oleh Aditya Nugraha dengan judul “Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram”.²⁶ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi etnografi virtual. Informan dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang melakukan aktivitas posting meme menggunakan foto selfie dirinya. Hasil penelitian menunjukkan ada lima motif yang melatarbelakangi pengguna Instagram dalam melakukan aktivitas posting meme, yakni motif ingin tahu, motif menghibur, motif cinta, motif ekspresi, dan motif harga diri. Selain itu, dalam memaknai aktivitas posting meme yang dilakukan oleh pengguna Instagram, peneliti menemukan tiga poin utama, yaitu merasa diperhatikan *followers*, merasa memberikan informasi pada *followers*, serta mendapatkan pengalaman baru. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa meme merupakan salah satu fenomena penyampaian pesan dalam bentuk baru dengan menggabungkan bahasa verbal dengan komunikasi nonverbal (ekspresi).

Pada dasarnya, penelitian diatas mengangkat tema yang sama, yaitu meme. Namun subjek dan objek teliti serta metode yang digunakan berbeda. Pada riset pertama (Bayu & Pinckey) dan keempat (Aditya Nugraha) sama-sama meneliti motif yang melatarbelakangi warganet untuk berpartisipasi dalam persebaran meme di internet. Sedangkan pada riset ketiga (Latiful Hanan) mencoba menyorot

²⁶ Aditya Nugraha, *Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram*, dalam Jurnal Sosioteknologi vol 14 no 3 (Bandung: Universitas Telkom, 2015), hlm. 237

adanya kecemasan terhadap ketergantungan media sosial pada penelitian ini sejalan dengan Teori Ketergantungan media sosial bahwa motif adalah salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang menggunakan media dan selanjutnya dapat menimbulkan ketergantungan pada media tersebut. Terlebih lagi, sebuah penelitian dapat memberikan perspektif bahwa genre meme sebagai media komunikasi multi tafsir bagi khalayak, khususnya warganet. Dengan demikian, terbukti bahwa riset tentang meme Islam belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, hal ini layak untuk dikaji lebih serius.

adanya kecemasan terhadap ketergantungan media sosial pada penelitian ini sejalan dengan Teori Ketergantungan media sosial bahwa motif adalah salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang menggunakan media dan selanjutnya dapat menimbulkan ketergantungan pada media tersebut. Terlebih lagi, sebuah penelitian dapat memberikan perspektif bahwa genre meme sebagai media komunikasi multi tafsir bagi khalayak, khususnya warganet. Dengan demikian, terbukti bahwa riset tentang meme Islam belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, hal ini layak untuk dikaji lebih serius.

adanya kecemasan terhadap ketergantungan media sosial pada penelitian ini sejalan dengan Teori Ketergantungan media sosial bahwa motif adalah salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang menggunakan media dan selanjutnya dapat menimbulkan ketergantungan pada media tersebut. Terlebih lagi, sebuah penelitian dapat memberikan perspektif bahwa genre meme sebagai media komunikasi multi tafsir bagi khalayak, khususnya warganet. Dengan demikian, terbukti bahwa riset tentang meme Islam belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, hal ini layak untuk dikaji lebih serius.

adanya kecemasan terhadap ketergantungan media sosial pada penelitian ini sejalan dengan Teori Ketergantungan media sosial bahwa motif adalah salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang menggunakan media dan selanjutnya dapat menimbulkan ketergantungan pada media tersebut. Terlebih lagi, sebuah penelitian dapat memberikan perspektif bahwa genre meme dapat memiliki banyak tafsir bagi khalayak, khususnya warganet. Dengan demikian, terbukti bahwa riset tentang meme Islam belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini layak untuk dikaji lebih serius.

adanya kecemasan terhadap ketergantungan media sosial pada penelitian ini sejalan dengan Teori Ketergantungan media sosial bahwa motif adalah salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang menggunakan media dan selanjutnya dapat menimbulkan ketergantungan pada media tersebut. Terlebih lagi, sebuah penelitian dapat memberikan perspektif bahwa genre meme sebagai media komunikasi multi tafsir bagi khalayak, khususnya warganet. Dengan demikian, terbukti bahwa riset tentang meme Islam belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, hal ini layak untuk dikaji lebih serius.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Jonathan Smith, *Psikologi Kualitatif: Panduan Praktis Metode Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 11

Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2010), hlm. 77

Elvinaro Ardianto & Bambang Q-Anees, *Filsafat Ilmu Komunikasi*. (Bandung: Cetakan Pertama, 2007), Hlm. 151

³⁰ Elvinaro Ardianto & Bambang Q-Anees, *Filsafat Ilmu Komunikasi*. (Bandung: Cetakan Pertama, 2007), Hlm. 151

Kedepannya peneliti menggunakan teknik *purposive* dalam mencari informan, hal ini dilakukan karena peneliti merasa perlu mempertimbangkan subjek penelitian berdasarkan kategori diatas, kemudian peneliti juga menggunakan teknik *snowball* dengan meminta rekomendasi pada subjek penelitian. Hal ini didasari oleh teori bahwa penentuan informan dalam penelitian kualitatif sangat berbeda dengan kuantitatif. Informan ditentukan sebab proyeksi penelitian ini ialah untuk

³³ Data diolah dari <https://napoleoncat.com/> dengan judul “#instagram User in Indonesia July 2017” pada 15 Desember 2018

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang tidak diberikan secara langsung oleh sumber data primer namun tetap memiliki korelasi yang relevan dengan penelitian.³⁸ Misalnya ialah data yang diperoleh dari orang lain atau melalui dokumen. Pada konteks penelitian ini, data sekunder didapat dari studi literatur terhadap teori-teori tentang tindakan, pengaruh media sosial, dan kajian literatur mengenai religiusitas. Selain data sekunder disini juga bisa berupa pendapat seseorang yang dianggap tahu dan kredibel tentang subjek ini. Hal ini perlu dilakukan supaya dalam riset ini peneliti dapat memperoleh data yang utuh serta sepenuhnya bisa dipertanggungjawabkan.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-19 (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 225

Setelah mengumpulkan data, langkah selanjutnya dalam penelitian ialah menganalisa data. Miles dan Huberman⁴³ mengemukakan bahwa aktivitas analisis data dalam penelitian dapat dilakukan dengan: (1) Reduksi Data (*Data Reduction*), yaitu proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data, dicari tema dan polanya. Dengan begitu data akan menjadi lebih jelas dan lebih mudah untuk disajikan. (2) Penyajian Data (*Data Display*), Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data ini, data tersusun kedalam pola yang berhubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. (3) *Conclusion Drawing/Verification*, yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan bukti/data lain yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Setelah mengumpulkan data, langkah selanjutnya dalam penelitian ialah menganalisa data. Miles dan Huberman⁴³ mengemukakan bahwa aktivitas analisis data dalam penelitian dapat dilakukan dengan: (1) Reduksi Data (*Data Reduction*), yaitu proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data, dicari tema dan polanya. Dengan begitu data akan menjadi lebih jelas dan lebih mudah untuk disajikan. (2) Penyajian Data (*Data Display*), Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data ini, data tersusun kedalam pola yang berhubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. (3) *Conclusion Drawing/Verification*, yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan bukti/data lain yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diperiksa kredibilitasnya melalui metode triangulasi. Yakni validasi bersilang kualitatif (*qualitative cross-validation*). Triangulasi dalam uji kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu.⁴⁴ Dalam konteks penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan bertanya kepada teman dekat subjek teliti berdasarkan pengetahuannya terhadap data itu. Jika kurang memungkinkan pun, peneliti bisa melakukan observasi mengenai kebenaran data tersebut dengan pengamatan di lapangan. Sedangkan triangulasi cara dilakukan dengan mengamati apakah ucapan (hasil wawancara) subjek sesuai dengan perilakunya. Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi,

[illegible]

Bab I: Pendahuluan. Pada bagian pendahuluan ini peneliti menerangkan tentang latar belakang penelitian, indentifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoretik, riset terdahulu. metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian teoritis. Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang berupa pembahasan yang berkaitan dengan meme, religiusitas, warganet, dan media sosial. Kajian tersebut meliputi sejarah, konsep dasar, serta perkembangannya hingga saat ini. Selain itu disini juga akan dijelaskan mengenai teori yang digunakan sebagai alat analisis ini disertai dengan bagaimana relevansinya terhadap penelitian ini.

Bab III: Paparan data hasil penelitian. Bagian ini berisi tentang profil data penelitian meliputi subjek, objek, dan lokasi penelitian. Pada bagian ini juga akan dicantumkan dengan lengkap paparan data hasil penelitian termasuk data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Bab V: Penutup. Bagian ini berisi tentang kesimpulan yang menjawab fokus penelitian (rumusan masalah). Selain itu disini peneliti memberikan rekomendasi dan saran terkait hasil penelitian dan bagaimana peluang serta arah untuk riset-riset mendatang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Religiusitas

1. Konsep Dasar Religiusitas

Kajian mengenai religiusitas sebenarnya telah lama dilakukan. Meskipun demikian, belum ada kesepakatan mengenai definisi yang tepat untuk religiusitas. Hal tersebut masih menjadi perdebatan dikalangan para ahli karena agama adalah sesuatu yang kompleks dan bersifat personal.¹ Hal lain yang menyebabkan sulitnya menentukan definisi itu adalah karena religiusitas telah didekati dan dipandang dari berbagai sudut pandang disiplin ilmu yang berbeda-beda.² Menurut Glock & Stark kesulitannya ada pada alasan budaya, dimana dalam satu tradisi pun dapat muncul beberapa orientasi. Konsekuensi dari adanya hal ini adalah banyaknya definisi yang diberikan oleh para ahli berdasarkan pada dari sudut pandang mana ia melihat, serta pada titik mana ahli tersebut memberikan penekanan.

Berdasarkan pada wilayah kajiannya, pengertian religiusitas bisa dibagi atas definisi pada wilayah personal dan definisi pada tingkat sosial. Wilayah personal merujuk pada bagaimana agama berperan dalam

¹ Fridayanti, *Religiusitas, Spritualitas dalam Kajian Psikologi dan Urgensi Perumusan Religiusitas Islam*, dalam Jurnal Psympatic vol. 2 DOI: 10.15575/psy.v2i2.460. (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2005), hlm. 200

² Barbara Holdcroft, *What is religiosity?*, Catholic Education: A Journal of Inquiry and Practice, Vol. 10, No. 1, (Ohio: University of Toledo, 2006), hlm. 89

Sedangkan pada tingkat yang lebih luas, yakni level sosial, religiusitas berbicara tentang bagaimana agama berinteraksi dengan bagian masyarakat serta bagaimana proses kelompok mengoperasikannya dalam organisasi mereka. Koenig memberikan pengertian bahwa agama adalah sistem kepercayaan yang terorganisir, praktek-praktek, ritual, dan simbol-simbol yang didesain untuk memfasilitasi kedekatan dengan Yang Maha Suci, serta membantu hubungan dan pemahaman antar sesama anggota

⁵ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 77-79

Piedmont menyebutkan religiusitas berhubungan dengan pengalaman manusia sebagai makhluk transenden yang diekspresikan melalui komunitas atau organisasi sosial *“is concerned with how one’s experience of a transcendent being is shaped by, and expressed through, a community or social organization”*.⁷ Pada tingkat ini, definisi religiusitas selalu dikaitkan dengan konteks interaksi sosial seseorang berdasarkan perspektif agama yang dianutnya. Baik lingkungan sosial secara umum, maupun yang bersifat lembaga atau organisasi.

Kemudian berdasarkan fungsinya, religiusitas merujuk pada bagaimana ia berperan secara mendasar sehingga seseorang yang menganutnya bisa disebut religius. Seperti yang pernah diungkapkan oleh Durkheim bahwa agama ialah institusi sosial positif yang menolong orang untuk bersama masyarakat yang stabil, hal ini dicapai melalui fungsi agama yang memungkinkan orang untuk meninggalkan keadaan isolasi.⁸ Sedangkan dengan pendekatan substantif religiusitas akan terdefinisikan melalui apa yang mengindikasikan sesuatu secara esensial sebagai religius.

⁷ Ralph L. Piedmont, et al., *The empirical and conceptual value of the spiritual transcendence and religious involvement scales for personality research*, dalam Jurnal Psychology of Religion and Spirituality, tahun 2009, 1(3), 162–179. hlm 163

⁸ Fridayanti, *Religiusitas, Spritualitas dalam Kajian Psikologi dan Urgensi Perumusan Religiusitas Islam*, dalam Jurnal Psympatic vol. 2 DOI: 10.15575/psy.v2i2.460. (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2005), hlm. 202

⁹ Ibid, hlm. 202

[illegible]

Berikut ini adalah dimensi-dimensi religiusitas Glock & Stark setelah melalui perumusan ulang dan kritik tersebut:

- a. Dimensi keyakinan, atau dimensi ideologis yang memberikan gambaran sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat dogmatis dari agamanya.
- b. Dimensi peribadatan, merupakan dimensi ritual yang meliputi ketaatan seseorang untuk menjalankan kewajiban ritual dalam agamanya.
- c. Dimensi pengamalan, merujuk pada sejauh mana perbuatan yang dilakukan seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain.
- d. Dimensi pengetahuan, merujuk pada tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran agamanya.
- e. Dimensi penghayatan, merujuk pada seberapa jauh tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan dan pengalaman religius, seperti rasa dekat dengan Tuhan, perasaan doa yang sering terkabul, dan lain-lain.

[illegible]

*The cognitive dimension is concerned with what individuals know about religion, i.e., religious knowledge. The cultic dimension makes reference to the individual's religious practices, i.e., ritualistic behavior. The creedal dimension is concerned with a personal religious belief, and the devotional dimension refers to a person's religious feelings and experiences, i.e., the experiential dimension.*¹⁴

¹⁴ J. D. Cardwell, *The social context of religiosity*, (Lanham, MD: University Press of America, 1980), hlm. 6

¹⁵ Barbara Holdcroft, *What is religiosity?*, Catholic Education: A Journal of Inquiry and Practice, Vol. 10, No. 1, (Ohio: University of Toledo, 2006), hlm. 90

Gerhard Lenski nampaknya setuju dengan pemikiran Glock & Stark, ia mengatakan bahwa memungkinkan untuk menjadi religius di satu dimensi tanpa religius pada dimensi lainnya. Ia memberikan contoh, seseorang bisa saja terlihat sangat religius dimata komunitasnya karena partisipasinya namun sebenarnya dia tidak benar-benar menerima doktrin agamanya, begitu juga sebaliknya. Kendati demikian, Lenski memiliki rumusan dimensi religiusitasnya sendiri. Dia mengidentifikasi empat cara berbeda dimana religiusitas dapat diekspresikan: Asosiasional, komunal, doktrinal, dan yang bersifat kebaktian (*devotional*).¹⁶ Dimensi asosiasional mencakup frekuensi seseorang dalam menjalankan peribadatan/pemujaan. Sedangkan dimensi komunal berkaitan dengan preferensi dan frekuensi hubungan tipe-primer seseorang. Dimensi doktrinal mengacu pada penerimaan intelektual terhadap doktrin yang ditentukan, serta dimensi *devotional* yang melibatkan persekutuan pribadi atau pribadi dengan Tuhan melalui doa, pemujaan, dan perilaku keagamaan lainnya.

[illegible]

on W. Allport dan J. Michael Ross, *Personal Religious Orientation and Prejudice*, *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 5 No. 4, (Harvard: Harvard University, 1967), hlm. 443

ra Holdcroft, *What is religiosity?*, *Catholic Education: A Journal of Inquiry and Practice*, 10, No. 1, (Ohio: University of Toledo, 2006), hlm. 90

on W. Allport dan J. Michael Ross, *Personal Religious Orientation and Prejudice*, *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 5 No. 4, (Harvard: Harvard University, 1967), hlm.

¹⁹ Gordon W. Allport dan J. Michael Ross, *Personal Religious Orientation and Prejudice*, *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 5 No. 4, (Harvard: Harvard University, 1967), hlm. 434

Islam memiliki dogma-dogma yang mengatur setiap sendi kehidupan manusia. Islam memerintahkan penganutnya untuk berfikir, bersikap, dan bertindak secara Islami, bahkan dalam beraktivitas sehari-hari pun seorang muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah. Terlepas dari kondisi apapun, seorang muslim harus selalu ber-

Pada dasarnya, Islam dibagi menjadi tiga bagian meliputi *akidah*, *syariah*, dan *akhlak* dimana tiga bagian ini saling berhubungan satu sama lain. *Akidah* adalah sistem kepercayaan yang menjadi dasar bagi *akhlak* dan *syariah*.²⁰ Disandingkan dengan konsep yang diusung oleh Glock & Stark yang konsep awalnya adalah religiusitas dalam agama Kristen, bagaimana pandangan Islam mengenai religiusitas, serta bagaimana kesesuaian konsep religiusitas Glock & Stark dengan Islam.

Perjalanan adaptasi konsep religiusitas secara umum kedalam Islam telah banyak dilakukan. Terdapat beberapa poin yang menjadi perdebatan diantara para peneliti yang mengangkat tema ini.²¹

- a. Kebanyakan konseptualisasi riset pada kepercayaan muslim adalah blok monolitik yang melekat. Akibatnya, yang nampak adalah bahwa konstruksi religiusitas Islam bersifat satu-dimensi (*one-dimensional*). Beberapa indikator dalam riset menekankan satu aspek berbeda dari religiusitas muslim.
- b. Instrumen yang mulanya digunakan untuk mengukur religiusitas umat Kristiani seringkali diaplikasikan secara

²⁰ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 77-79

²¹ Yasemin El-Menouar, *The Five Dimension of Muslim Religiosity. Result of an Empirical Study*, dalam jurnal *Methods, Data, Analyses* Vol 8(1), 2014, hlm. 53-78

- c. Hasil studi terhadap religiusitas muslim kerap diinterpretasikan dalam *framework* Kristiani atau konsep religiusitas barat.
- d. Banyak riset menggunakan indikator yang tidak murni, seperti condong ke arah perspektif, politik, dan lain sebagainya.

Konsep religiusitas Glock & Stark adalah gagasan yang cemerlang, konsep ini berusaha memahami religiusitas dari berbagai dimensi-dimensi. Islam mengajarkan bahwa ibadah tidak hanya melalui ritual saja, dan dalam mempelajari Islam butuh konsep yang memahami adanya beragam

[illegible]

4. Religiusitas Virtual

Percepatan perkembangan teknologi di berbagai lini membawa umat manusia memasuki babak baru. Termasuk halnya perkembangan teknologi komunikasi yang bertanggung jawab atas terciptanya media baru. Dalam perkembangannya, media baru saat ini memungkinkan seseorang untuk saling terhubung dan dikatakan oleh Baudrillard mengarahkan umat manusia pada hancurnya batasan antara dunia nyata

[illegible]

Meskipun berawal dari novel, nyatanya konsep dunia maya Gibson diatas dapat dikatakan nyata terjadi. Seperti halnya prediksi Marshall McLuhan, Sifat didukung oleh komputer menyebabkan munculnya fenomena ketergantungan secara elektronik dan sifat terhubung secara global berdampak pada penciptaan ulang dunia dalam sebuah imajinasi

²⁸ Martin Lister, dkk, *New Media: A critical introduction* (New York: Routledge, 2009), hlm 17

Kembali kepada konsep *hyper-reality*, meleburnya dua realitas yang dikatakan Baudrillard tersebut juga mengarah pada konversi dan berkembangnya bentuk aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat kedalam dunia maya, salah satunya ialah dakwah, dari yang mulanya bersifat *offline* dan dilakukan pada sebuah kelompok terbatas (pengajian/ceramah), kini bisa disebarluaskan secara *online* dan menjangkau orang-orang yang bahkan tidak diperhitungkan sebelumnya. Contohnya ialah rekaman ceramah yang diunggah dalam Youtube, atau meme Islami yang disebarluaskan di Instagram. Berbeda dengan dunia nyata, *virtual reality* adalah tempat yang bebas dan seseorang bisa menjadi siapapun dan melakukan apapun. Identitas nyata seseorang tidak selalu berbanding lurus dengan apa yang ia tunjukkan pada identitas virtualnya, demikian pula dengan religiusitas seseorang.

30 Cahyo Pamungkas, *Global Village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan*, dalam Jurnal Global & Strategis Th. 9 no. 2, hlm. 246

Pada era ini seseorang harus lebih berhati-hati dalam melihat, memaknai, dan merespon segala hal yang dipertontonkan dunia maya. Perlu diketahui bahwa dengan adanya identitas dan religiusitas virtual ini terdapat dampak positif dan negatif. Teknologi internet menjadi sarana yang efektif dan terbilang efisien untuk mencapai tujuan dengan menggunakan konten dan cara yang dibuat sendiri.³² Seseorang bisa melakukan kegiatan dakwah dengan lebih mudah. Positifnya, seseorang bisa memperpendek waktu dalam melakukan interaksi dengan orang lain, atau untuk menyebarkan ajaran-ajaran agama Islam. Namun negatifnya, niat buruk dan atau minimnya literasi media oleh para pengguna tidak dapat langsung dikoreksi atau dicegah. Hal ini mengingat komunikasi termediakan internet memiliki jangka waktu yang relatif sangat singkat dan identitas seseorang dapat dengan mudah dimanipulasi atau dipalsukan sehingga anonimitasnya tetap terjaga. Selain itu, persebaran informasi dalam internet yang sifatnya acak dan tidak terkontrol/terduga sangat memungkinkan adanya kesalahan, baik yang sifatnya disengaja maupun tidak, untuk lebih sulit dicegah maupun dihentikan penyebarannya.

³² Rulli Nasrullah, *Media Baru dan Potensi Terorisme Virtual*, dalam Jurnal EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial Vol. 1 No. 1, Juni 2012, hlm. 65

Secara terminologis, Hauben dkk. menjelaskan bahwa:

(Netizen adalah *Net Citizens* (warga internet) yang menggunakan internet dari rumah, tempat kerja, sekolah, perpustakaan, atau lokasi lainnya. Mereka adalah orang-orang yang menjadikan internet sebagai sumber daya manusia. Para Netizen ini juga

[illegible]

Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam memahami definisi diatas. Pertama, bila diperhatikan kata yang digunakan dalam menerangkan warga adalah Net, hal ini dikarenakan pada masa itu, jaringan komputer banyak jenisnya. Net adalah kependekan dari *Network* (jaringan). Beberapa macam jaringan komputer yang ada pada era itu adalah Internet, NFSnet, Usenet, ARPAnet, dan lains sebagainya. Oleh karenanya, kata Net digunakan supaya term Netizen ini bersifat general dan bisa masuk dalam jenis jaringan manapun.³⁷

Selanjutnya, seperti yang dikatakan diatas bahwa netizen memiliki peran dalam pembentukan internet sebagai sumber daya manusia, sumber

[illegible]

Secara lebih luas, warganet adalah bagian dari konsep masyarakat informasi (*information society*) dan masyarakat jaringan (*networked society*). Masyarakat informasi adalah gagasan yang berangkat dari meningkatnya intensitas pemrosesan informasi dalam berbagai kegiatan manusia. Saat ini, kebanyakan aktivitas masyarakat lebih ditekankan pada cara, dalam konteks ini yakni cara memproses dan produksi informasi.³⁹ Berdasarkan pemahaman Castells, term masyarakat informasi terkesan menekankan pada peran informasi dalam masyarakat, padahal sejak dahulu informasi adalah hal yang penting bagi suatu masyarakat. Ia lebih

³⁹ Jan Van Dijk, *The Network Society*, Edisi Kedua (London: Sage Publications, 2006), hlm. 19

Kemudian, untuk memahami konsep masyarakat jaringan, perlu diketahui bahwa jaringan bisa diartikan sebagai kumpulan tautan antara elemen-elemen suatu unit. Banyak sekali jenis jaringan yang terdapat di dunia, masyarakat jaringan tersusun dari relasi antara jaringan sosial, jaringan teknis, dan jaringan media.⁴¹ Maksudnya adalah bahwa masyarakat jaringan saat ini secara sosial terikat dalam hubungan abstrak dengan lingkungannya, secara teknis ditopang dengan adanya fitur-fitur teknologi komunikasi dan informasi, dan didukung sistem media yang menyambungkan pengirim dan penerima pesan dengan simbol-simbil dan informasi. Van Dijk menjelaskan bahwa dukungan sistem jaringan media berlaku di semua tingkatan masyarakat. Menurutnya ada empat level masyarakat ditinjau dari luas relasi dan cakupannya, meliputi relasi antar individu, relasi grup dan organisasi, relasi sosial, dan relasi global. Berdasarkan hal ini, bisa dipahami bahwa konsep masyarakat jaringan

⁴¹ Jan Van Dijk, *The Network Society*, Edisi Kedua (London: Sage Publications, 2006), hlm. 24-25

Dimulai pada akhir 1970-an, dunia secara cepat berubah dengan percepatan tertingginya dalam hal invensi di berbagai lini. Sebut saja bagaimana China menemukan teknologi cetak berabad-abad sebelum akhirnya dikembangkan oleh Gutenberg. Kini, teknologi memungkinkan teks bisa ditransformasikan kedalam kode digital sehingga bisa dimodifikasi dan transmisi dengan kecepatan yang jauh diatas bayangan orang-orang kala itu. Adapun yang menjadi catatan dari era ini adalah bagaimana ia mengubah seseorang dan caranya untuk hidup. Perubahan pola hidup akibat perkembangan teknologi yang cepat ini tidak menjadikan semua orang dapat beradaptasi dengan baik. Berdasarkan pada kecepatannya beradaptasi terhadap teknologi warganet bisa dibagi dalam tiga jenis, *digital immigrants*, *digital settlers*, dan *digital natives*.⁴³

Digital Immigrant adalah kategori orang yang lahir sebelum era teknologi digital. Ketika digitalisasi masyarakat terjadi, orang-orang ini membutuhkan waktu yang cenderung lama untuk beradaptasi dan bahkan

⁴³ John Palfrey dan Urs Gasser, *Born Digital; Understanding the First Generation of Digital Natives*, (New York: Basic Books, 2008), hlm. 3-5

Digital settlers adalah sebutan bagi masyarakat yang lahir dan tumbuh ketika era teknologi analog, namun ketika hadir teknologi digital mereka berhasil beradaptasi dengan baik. *Digital settlers* turut membentuk budaya digital dan bahkan mahir dalam menggunakan teknologi digital. Disamping itu, mereka juga masih sangat percaya dengan bentuk interaksi tradisional yang sifatnya analog.

Digital Natives adalah generasi yang lahir, tumbuh, dan berkembang dengan teknologi digital. Mereka memiliki kebiasaan seperti menghabiskan banyak waktu untuk tetap *online* dengan media digital, cenderung *multitask*⁴⁴, dan lebih suka mengekspresikan diri atau berinteraksi dengan orang lain melalui teknologi digital/internet. selain itu,

[illegible]

- a. *Digital natives* selalu terhubung, baik secara *online* melalui internet atau secara *offline* di dunia nyata. Mereka memiliki banyak teman dan selalu terhubung dengannya. Bahkan ketika tidur pun, identitas *online*-nya akan tetap terjaga dan memungkinkan relasinya untuk berhubungan dengannya.
- b. *Digital natives* memiliki kesan yang berbeda terhadap suatu informasi. Perkembangan teknologi digital yang mempermudah modifikasi data juga ikut menggeser budaya dan kesan teknologi analog. Para *digital natives* tidak lagi merasakan serunya mendengarkan musik, melihat televisi, atau mendengarkan radio bersama-sama. Dengan teknologi yang ada, mereka bisa berbagi dan mengakses dan berbagi video, gambar, atau musik dengan mengirim file digital atau tautan.
- c. *Digital natives* sangat kreatif. Kemudahan mengakses informasi mempengaruhi *digital natives* dalam mengekspresikan diri. Dibandingkan generasi sebelumnya, *digital natives* bisa melakukan hal-hal yang jauh lebih kreatif untuk ukuran usianya. Mereka lebih suka mencoba semuanya hal daripada membaca buku manual/panduan. Selain itu, generasi ini memiliki kecerdasan yang

[illegible]

luar biasa, mereka bisa memahami, mengadaptasi, dan menciptakan hal baru dari itu dalam waktu yang relatif singkat.

- d. *Digital natives* lebih suka menggunakan teknologi digital dan jaringan komputer untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Jika dahulu orang pergi ke perpustakaan atau membeli koran untuk mengetahui informasi-informasi baru, *digital natives* cenderung lebih mengutamakan mencari informasi dari pencarian di internet.

Selanjutnya, sebagai bagian dari masyarakat jaringan, netizen adalah elemen dari unit sistem yang saling terhubung dalam jaringan. Skala jaringan sosial netizen menyempit dan meluas secara bersamaan. Kondisi ini kerap disebut sebagai *glocal* (global-lokal). Akibat adanya proses globalisasi dan individualisasi, jaringan sosial dalam lingkup dunia kerja dan kehidupan sehari-hari menyempit sedangkan koneksi interpersonal dan media massanya meluas. Artinya, ikatan antara unit sosial masyarakat jaringan juga semakin lemah seiring meningkatnya individualisasi. Secara komunikasi dan pemikiran, sentralisasi tidak berlaku bagi netizen. Mereka cenderung polisentris, yakni lebih kondisional dan tidak terpaku pada satu pemikiran. Selain itu, masyarakat jaringan cenderung kurang inklusif dalam komunitas. Mereka harus berusaha untuk menempati satu posisi dalam komunitas/keompok untuk mempertahankan keanggotaannya dalam komunitas atau jaringan itu. Kendati demikian, komunikasi secara langsung (*face-to-face*) tetap

Meme pertama kali diperkenalkan oleh ahli biologi, Richard Dawkins, dalam bukunya *The Selfish Gene*. Kata meme berasal dari bahasa Yunani, *mimeme*, yang kemudian disederhanakan dalam satu silabel. Meme adalah sebutan Dawkins untuk unit terkecil sebuah budaya yang dapat berkembang biak/ menyebar melalui pikiran melalui proses imitasi.⁴⁷ Meme, dengan kata lain bisa dipahami sebagai ide yang dapat ditiru/dilakukan orang lain. Ia biasa dicontohkan sebagai gaya berpakaian, irama/nada, ide, pemikiran, pengetahuan, dan lain sebagainya. Sperber mengistilahkan konsep ini sebagai representasi (*representation*). Baginya, representasi adalah simbol dan asosiasi dalam pikiran manusia. Tentu saja, ia bisa menular atau ditularkan melalui proses interaksi tertentu. Daniel Dennet, mengatakan bahwa meme adalah sebutan untuk segala hal yang ada dalam evolusi budaya, sedangkan Olesen memahami meme sebagai semua bentuk fenomena budaya yang bisa direplikasi dari satu pikiran kepada yang lain.⁴⁸ Beberapa definisi tersebut memberikan beberapa kata kunci mengenai

⁴⁸ Carlos Muricio Castano Diaz, *Defining & Characterizing the Concept of Internet Meme*, dalam Jurnal CES Psicología Vol. 6 No. 1 (Copenhagen: University of Copenhagen, 2013), hlm. 86-87

Dibandingkan dengan tiga gagasan lainnya, Sperber menjelaskan konsep meme secara lebih dalam. Bagi Sperber, meme (representasi) setidaknya terdiri atas hubungan tiga hal, yang merepresentasikan, yang direpresentasikan, dan pengguna representasi. Representasi diklasifikasikan kedalam 2 jenis menurut bentuknya. *Mental representation* yaitu representasi yang sifatnya intrinsik/tak kasat mata seperti ingatan, kepercayaan, atau niat. *Public representation* yaitu representasi yang sifatnya ekstrinsik/kasat mata, seperti gaya berbusana, desain, gestur, dan lain sebagainya. Satu representasi tambahan, *cultural representation*, ada sebagai sebutan untuk bagian yang kabur dari sekumpulan *mental representation* dan *public representation* yang mendiami sebuah kelompok sosial.⁴⁹

Bagi Sperber, representasi bisa disebarkan secara lintas generasi, seperti halnya endemi. Selain itu, ia juga bisa menyebar secara luas dalam suatu populasi dan masa hidupnya relatif pendek, seperti epidemi.⁵⁰ Maksudnya, arah persebaran representasi bisa berupa 2 jenis, secara vertikal (dalam konteks waktu) dan horisontal (dalam konteks luas persebaran). Sperber menggunakan kata endemi untuk mengistilahkan representasi yang tetap ada di suatu lingkup sosial meskipun waktu terus berjalan. Artinya representasi menyebar turun dari generasi ke

⁵⁰ Carlos Muricio Castano Diaz, *Defining & Characterizing the Concept of Internet Meme*, dalam Jurnal CES Psicología Vol. 6 No. 1 (Copenhagen: University of Copenhagen, 2013), hlm. 85

Disisi lain, seorang psikologis, Susan Blackmore membawa konsep meme Dawkins dengan penekanan yang berbeda. Blackmore menekankan imitasi sebagai inti dari proses replikasi meme. Menurutnya inilah yang membuat manusia berbeda dengan binatang, ia membawa meme dari konsep biologi kedalam ranah pembelajaran sosial. Blackmore menambahkan elemen aktor dalam rantai proses replikasi, dalam bahasanya adalah *interactor*, yakni entitas yang membawa replikator dan melindunginya serta berinteraksi dengan lingkungan.⁵¹ Perbedaan konsep Dawkins dan Blackmore adalah bahwa menurut Dawkins meme bisa menyebar secara *autonomous* (mandiri), sedangkan Blackmore mengatakan bahwa meme membutuhkan *interactor* sebagai media penyebar.

⁵¹ Susan Blackmore, *The Meme Machine*, (Oxford: Oxford University Press, 1999), hlm. 3-5; 47

⁵² Richard Dawkins, *The Selfish Gene*, (New York: Oxford University Press, 1976), hlm. 17-20

Blackmore, berpendapat bahwa meme sebagai replikator, seharusnya mampu melewati evolusi (*evolutionary algorithm*) berdasarkan pada *variation*, *selection*, dan *retention* (atau *heredity*).⁵⁴ Meme seringkali memiliki variasi (*variation*), sebab dalam proses imitasi meme tidak selalu sempurna. Seperti hanya dua orang yang memasak menu yang sama namun rasanya berbeda. Seiring berjalannya waktu akan diiringi dengan adanya seleksi (*selection*) memetika. Sebab masing-masing meme memiliki daya tarik dan kesan yang berbeda. Sebagian bisa menarik perhatian, dan kemudian menyebar ke pikiran orang lain, disisi lain ada juga meme yang gagal menarik perhatian dan kemudian dilupakan.

⁵⁴ Susan Blackmore, *The Meme Machine*, (Oxford: Oxford University Press, 1999), hlm. 14

Selain pendapat Dawkins dan Blackmore tentang sifat meme, di sisi lain Heylighen mengungkapkan pendapat tentang kriteria yang berpotensi dapat meningkatkan daya sebar meme. Kriteria tersebut dibagi kedalam 3 klasifikasi meliputi kriteria objektif, subjektif, dan intersubjektif.⁵⁵

- ⁵⁵ Francis Heylighen & Klaas Chielens, *Cultural Evolution and Memetics*, dalam *The Encyclopedia of Complexity and System Science*, 2009, 10.1007/978-0-387-30440-3_189.

3. Kriteria intersubjektif, yakni kriteria yang bersandar pada proses transmisi meme antara satu inang dengan inang lainnya. Termasuk didalamnya adalah kriteria publisitas (*publicity*) yang berkaitan dengan seberapa keras usaha seseorang untuk menyebarkan meme, *formality* dimana pesan yang disusun secara lebih eksplisit dan tidak ambigu akan lebih mudah dipahami, kemudahan meme untuk diekspresikan (*expressivity*) baik dalam konteks medium atau bahasanya, kredibilitas sumber informasi (*authority*) dimana semakin sumber pesan bisa dipercaya akan semakin memperkuat peluang persebaran meme, kemudahan validasi informasi/meme (*conformity*), dan utilitas kolektif dimana semakin meme bisa disukai atau berguna bagi sebuah komunitas (*collective utility*) maka akan semakin besar peluang suksesnya.

[illegible]

D. Meme Internet (*Internet Meme*)

Internet Meme, menurut Bauckhage adalah fenomena menyebarnya sebuah konsep atau konten secara cepat didalam internet, entah karena kebaikan atau keburukannya.⁵⁷ Sejalan dengan hal ini, Diaz mengungkapkan bahwa internet meme adalah unit informasi yang menyebar melalui internet (email, chat, forum, media sosial, dll.) dalam bentuk hyper-link, video, gambar, frasa. Secara substansi, hasil replikasi bisa berlaku seutuhnya, parsial, atau bahkan evolusi dari

⁵⁷ Christian Bauckhage, *Insights into Internet Memes*, dalam Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social, 2011, 42-49

Adapun yang membedakan adalah internet meme memiliki cara yang unik untuk menyebar dan cara mutasi yang terpisah antara makna dan struktur.⁵⁹ Cara meyebar internet meme berbeda sebab pada saat ini meme menyebar melalui media teknologi digital dan jaringan komputer (internet). Akibatnya, sifat-sifat meme terpengaruh juga oleh sifat-sifat internet/teknologi digital. Salah satu contohnya yakni, teknologi digital membuat internet meme memiliki kecepatan menyebar jauh lebih tinggi daripada meme biasa. Selain itu jangkauan internet yang luas bahkan memungkinkan internet meme menjangkau wilayah yang luas dan jenis masyarakat yang tidak terbayangkan sebelumnya. Kemudian terkait mutasi yang terpisah atas makna dan stuktur, hal ini pernah dijelaskan dalam riset tentang peran *templatability* terhadap popularitas meme.⁶⁰ Disana dikatakan bahwa internet meme umumnya tersusun atas dua hal, substansi/makna dan struktur meme. Makna adalah substansi, ide, atau informasi yang terkandung dalam meme itu, sedangkan struktur adalah bagaimana anatomi atau unsur apa

⁵⁹ Ibid, hlm. 98

[illegible]

Dibandingkan dengan meme, internet meme memiliki kelebihan fitur infrastruktur sebagai konsekuensi atas keterlibatan internet dan proses digitalisasi.⁶¹ Pertama, *replicability*, berkaitan kecepatan replikasi meme. Proses digitalisasi yang menggunakan kodifikasi khusus membantu internet meme untuk dapat di modifikasi dan transmisikan dengan jauh lebih cepat. Kedua adalah *searchability*, berkaitan dengan kemudahan pencarian. Selain mudah untuk dimodifikasi dan transmisi, teknologi digital juga mempermudah internet meme untuk dicari menggunakan mesin pencari. Ketiga adalah *persistence*, berhubungan dengan daya tahan. Meme biasa mungkin akan hilang atau dilupakan seiring waktu. Namun internet meme cenderung mudah untuk disimpan serta memiliki efisiensi ruang yang sangat baik sebab sudah terlepas dari bentuk analognya. Kondisi ini juga mempermudah meme untuk direproduksi dan disebar kembali. Terakhir, *invisible audiences*, internet meme bisa menjangkau semua wilayah di penjuru dunia asalkan terdapat akses internet disana. Kondisi ini menjadikan internet meme bisa menjangkau audien yang mungkin bahkan sebelumnya tidak ditentukan.

⁶¹ Danah Boyd, *Why Youth (heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*, dalam D. Buckingham (Ed.), *McArthur Foundation Series of Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media*, (Cambridge: MIT Press, 2007), hlm. 126

Saat ini umat manusia tengah dalam era babak baru, dari yang sebelumnya era masyarakat agraris dan masyarakat industri, dan kini umat manusia dalam era informasi. Ditandai dengan hadirnya media baru dan adanya proses digitalisasi

Salah satu *platform* yang digunakan para warganet dalam berinteraksi di dunia internet adalah media sosial. Menurut Manning, media sosial adalah term yang meujuk pada bentuk baru media yang melibatkan partisipasi interaktif.⁶⁴ Pengertian ini berangkat dari pemahaman bahwa media sosial sebelumnya berupa media penyiaran satu arah seperti televisi, radio, atau media cetak. Hadirnya teknologi internet yang memungkinkan transmisi data secara lebih cepat melahirkan media penyiaran yang sifatnya dua arah dan interaktif. Boyd dan Ellison memahami media sosial sebagai laman yang memungkinkan penggunanya untuk menciptakan profilnya sendiri dan interaksi antar pengguna.⁶⁵ Pendapat lainnya mengatakan bahwa media sosial adalah aplikasi berbasis web yang

⁶⁵ Danah Boyd & Nicole Ellison, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, dalam *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 2008, hlm. 210-230

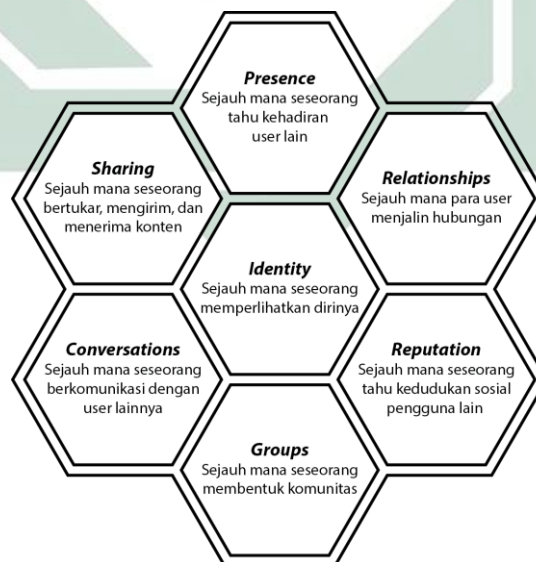
Karakter media sosial biasanya juga melibatkan *platform* digital, baik yang bisa dibawa (*mobile*) seperti telepon pintar atau yang sifatnya menetap (*stationary*) seperti komputer, sifat ini sekaligus mematahkan argumen bahwa media sosial hanya berbasis web sebab berkembangnya media sosial berbasis aplikasi. Ada dua karakteristik umum yang biasa melekat pada media sosial, partisipasi dan interaksi.⁶⁸ Pertama, media sosial memungkinkan bentuk-bentuk partisipasi. Berbeda dengan dunia nyata, media sosial tidak pernah benar-benar pasif. Sekalipun satu pengguna tidak sedang *online*, akunnya masih bisa diakses

⁶⁸ Jimmie Manning, *Social Media, Definition and Classes of*, Dalam K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of Social and Politics*, (Thousand Oaks, California: Sage, 2014), hlm. 1158-1162

Sifat yang melekat pada media turut berperan dalam membentuk media sosial. Bentuk media sosial tertentu biasa memiliki sifat yang khas. Adapun bentuk-bentuk dasar media sosial menurut Mayfield bisa digolongkan seperti berikut ini.⁶⁹

- ⁶⁹ Antony Mayfield, *What is Social Media?*, e-Book diakses dari <http://iCrossing.co.uk>, hlm. 6

Fungsi media sosial setidaknya bisa dibagi dalam tujuh blok fungsi. Pembagian ini didasarkan pada pendekatan bahwa *platform* media sosial ini sebagai sifat ‘sosial’ yang esensial. Tujuh fungsi itu meliputi *identity, conversations, sharing, presence, relationships, groups, reputation*.⁷⁰



Grafik 2.1 Blok fungsional media sosial Kietzmann

⁷⁰ Jan H. Kietzmann, et. al., *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*, dalam *Business Horizons* 54(3), 2011, hlm. 241-251

Presence
Menciptakan & mengatur realitas, keintiman, dan konteks

Relationships
Mengatur aliran dan struktur dalam jaringan relasi

Reputation
Mengukur kekuatan, keinginan, sentimen, dan jangkauan

Groups
Protokol dan aturan keanggotaan

Conversations
Kecepatan, resiko dalam memulai & bergabung

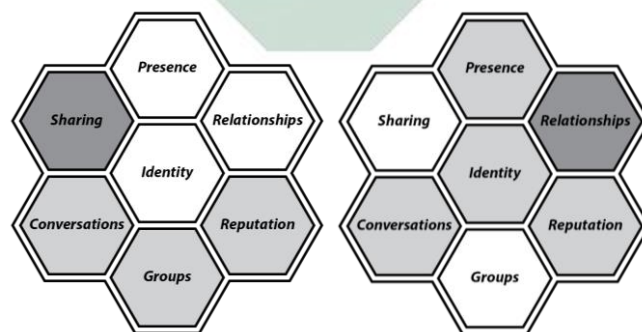
Sharing
Sistem manajemen konten dan grafik sosial

Identity
Kontrol data pribadi, alat promosi diri

[illegible]

Relationships memungkinkan anggota komunitas dalam media sosial untuk memvisualisasikan jaringannya dalam berbagai cara. Mereka bisa menunjukkannya secara virtual melalui *like* dan saling mengikuti (*followers/followed*) atau secara nyata dengan relasi di dunia nyata. *Groups* merujuk pada

Fungsi-fungsi tersebut tidak melekat secara keseluruhan pada satu jenis media sosial. Media sosial biasa memiliki beberapa fungsi dan salah satunya adalah yang diprioritaskan. Seperti pada media sosial Facebook, ia adalah jenis media sosial berbasis *relationships* namun juga memiliki fungsi *identity*, *presence*, *conversations*, dan *reputation*. Sedangkan YouTube adalah media sosial yang mengutamakan berbagi video (*sharing*), namun juga memungkinkan *user*-nya untuk bercakap, berkelompok, dan memiliki indikasi reputasi melalui jumlah *subscriber* (pengikut).⁷¹



⁷¹ Jan H. Kietzmann, et. al., *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*, dalam *Business Horizons* 54(3), 2011, hlm. 241-251

F. Instagram

Instagram adalah media sosial berbasis aplikasi untuk berbagi foto dan video gratis yang bisa digunakan melalui berbagai *platform* ponsel pintar. Sistem pertemanan dalam Instagram ialah dengan saling mengikuti dan biasa menggunakan istilah *followers* bagi pengikut dan *following* bagi orang yang diikuti. Disini para pengguna bisa berbagi foto dengan pengikutnya. Para pengguna bisa melihat, mengomentari, dan menyukai foto/video yang dibagikan pengguna lain. Instagram mulai bisa digunakan oleh mereka yang mendaftar dengan umur 13 tahun keatas. Demi kenyamanan pengguna, Instagram juga menyediakan layanan visibilitas pada pengaturan privasi, fitur ini berguna dalam mengatur siapa saja yang dapat mengakses foto/video yang dibagikan.⁷²

Instagram versi pertama diluncurkan pada 2010 dan langsung mendapatkan respon positif dengan terdaptarnya 25.000 pengguna di hari pertama rilis. Kebaikan ini berlanjut di tahun-tahun setelahnya, pada 2011 Instagram mendapat berbagai penghargaan, salah satunya yakni penghargaan aplikasi terbaik kategori *App of The Year 2011* oleh Apple. Pada 2012 Instagram mengumumkan akuisisi sahamnya oleh Facebook, hal ini berdampak sangat signifikan bagi Instagram. Terbukti beberapa bulan setelahnya, Instagram mengumumkan lonjakan pengguna komunitas Instagram yang sudah mencapai angka 80 juta pengguna. Perbaruan-perbaruan pada fitur serta inovasi baru terus dilakukan oleh Instagram di masa-masa setelahnya, seperti halnya berbagi sampai 10 foto/video dalam satu kiriman,

⁷² Diakses dari laman resmi Instagram <https://help.instagram.com/424737657584573> pada 11 Juli 2019

G. Teori Kognitif Sosial

Para ahli dari berbagai bidang telah lama berusaha menjelaskan mengapa seseorang bisa menunjukkan perilaku tertentu. Sebagian ahli mengatakan hal ini disebabkan oleh dorongan dari dalam dirinya. Beberapa mengatakan bahwa perilaku tertentu disebabkan oleh pengaruh eksternal dan beberapa faktor yang mendukungnya. Sebagian yang lain meyakini bahwa seorang individu bereaksi secara berbeda terhadap sesuatu berdasarkan situasi yang tengah dihadapinya dan interaksinya dengan lingkungan disekitarnya ketika itu.⁷⁶ Pendapat-pendapat ini pada dasarnya berusaha untuk saling melengkapi dalam menjawab pertanyaan tersebut.

Pada 1960, di antara perbedaan pendapat tersebut, Albert Bandura yang merupakan ahli Psikologi, mengemukakan teori kognisi sosial. Teori ini memberikan kerangka yang memungkinkan analisa pengetahuan seseorang (fungsi mental) yang akan menghasilkan perilaku tertentu. Teori ini menjelaskan bagaimana proses mental bekerja saat individu berusaha memahami lingkungannya secara lebih luas dan komperhensif. Teori kognitif sosial memiliki pendapat bahwa manusia meniru perilaku yang dilihatnya, proses ini terjadi melalui dua cara, yakni imitasi dan identifikasi.⁷⁷

Imitasi adalah proses peniruan langsung dari sesuatu yang diamati. Seperti halnya seorang anak yang meniru tarian yang dilihatnya dalam televisi.

⁷⁶ Jennings Bryant dan Susan Thompson, *Fundamentals of Media Effect*, 1st Edition, (McGraw Hill, 2002), hlm. 67

⁷⁷ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 98

ori kognitif sosial menjelaskan pemikiran dan tindakan
i tiga penyebab timbal balik (*triadic reciprocal caus*
nikiran dan perilaku ditentukan oleh tiga faktor berb
si dan saling memengaruhi dengan berbagai variasi ke
u ataupun tidak. Ketiga penyebab timbal balik itu
ik personal (seperti kualitas kognitif dan biologi
/peristiwa.

Asi dan Identifikasi

Teori kognitif sosial memiliki asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor kognitif, afektif, dan perilaku. Menurut Bandura, proses belajar terjadi melalui observasi, imitasi, dan identifikasi. Imitasi adalah meniru perilaku orang lain.

ran, *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture* (New York: McGraw-Hill, 2001,) hlm 329

ian D. Zillmann, *Media Effects: Advanced in Theory and Research* (New York: Free Press, 1994), hlm. 61-90

id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digi

a. Pengamatan

Perhatian, adalah ketika seseorang harus memberikan atensi yang cermat pada apa yang dilakukan oleh model (orang yang ingin ditiru), supaya ia bisa mereproduksi tindakan tersebut. Peningkatan ialah saat ia berusaha menyimpan hasil pengamatan tadi dalam ingatannya, agar kedepannya ia bisa menggunakan hal tersebut untuk mengulangi tindakan yang ia tiru. Kemudian, reproduksi tindakan,

[illegible]

b. Efek Larangan dan Suruhan

2. Sifat Manusia

[illegible]

Simbolisasi (*symbolizing*), cara manusia dalam berinteraksi tersusun atas sistem dari makna bersama yang dikenal sebagai bahasa. Ia tersusun atas simbol-simbol sederhana yang bisa dirangkai menjadi simbol kompleks.⁸² Simbol paling sederhana ialah huruf (yang biasanya mewakili bunyi), kemudian dirangkai menjadi kata (yang menyimbolkan benda, sifat, atau keterangan), dan kata dirangkai menjadi kalimat (yang biasa digunakan untuk menyampaikan maksud, ide, atau gagasan). Dalam hal ini manusia punya kapasitas dalam memahami dan menggunakan simbol tertentu untuk menyimpan, memproses, dan mentransformasikan pengalaman kedalam berbagai model kognitif yang akan menuntunnya dalam melakukan berbagai tindakan atau pengambilan keputusan.

⁸¹ J. Bryant dan D. Zillmann, *Media Effects: Advanced in Theory and Research*, (Hillsdale: NJ Erlbaum, 1994), hlm. 61-90

⁸² Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 99

Koreksi diri (*self-reflective capacity*), manusia punya kapasitas dalam melakukan refleksi terhadap tindakan mereka. Bandura mengemukakan empat cara berbeda manusia dalam melakukan koreksi diri, meliputi penyesuaian (*enactive*), pengamatan (*vicarious*), bujukan (*persuatory*), dan logika (*logic*).⁸³ Penyesuaian adalah tindakan menilai kesesuaian antara pikiran (*ide/gagasan*) dan hasil tindakannya. Dalam hal ini, ketika ide dan hasil tindakannya tidak menunjukkan hasil yang selaras, ada kemungkinan seseorang akan menerima hasil tindakan itu atau justru memaksakan untuk percaya pada idenya tersebut. Pengamatan (*vicarious*) tidak langsung adalah ketika seseorang punya ide, ia bisa mengobservasi pengalaman orang disekitarnya (yang masih memiliki konsep dan konteks yang sama dengan idenya), kemudian hasil observasi ini digunakan untuk menegaskan atau menolak ide tersebut. Ketiga adalah cara persuasif, adalah koreksi diri yang menggunakan metode atau bahasa rayuan yang bertujuan untuk meyakinkan kembali maksud yang ingin dicapai. Terakhir, logika adalah cara koreksi diri dengan rasionalitas melalui verifikasi menggunakan aturan inferensi yang sudah diketahui sebelumnya. Inferensi

[illegible]

Kemampuan belajar, yakni kemampuan manusia untuk belajar langsung pada sumber lain tanpa harus memiliki pengalaman secara langsung. Kapasitas ini biasanya merujuk pada kemampuan manusia yang belajar dari melihat media massa. Kemampuan dalam mengamati memungkinkan manusia untuk belajar hal-hal dari sajian media, entah itu negatif atau positif.

DATA HASIL PENELITIAN

A. Profil Warganet Islam Surabaya

Pada dasarnya internet adalah jaringan yang menghubungkan antar komputer. Hubungan ini memungkinkan satu pengguna komputer dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Fakta inilah yang mendasari adanya pengertian bahwa internet adalah sistem komunikasi publik.¹ Konsekuensinya, dengan semakin banyaknya orang yang terhubung kedalam internet dengan berbagai kemampuan dan tujuan, menjadikan internet juga memiliki kapabilitas yang semakin luas.

Infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi saat ini mendukung para warganet dapat melakukan hampir semua hal yang berbasis interaksi melalui internet, seperti bercakap dengan orang lain, berbagi momen melalui media sosial, transaksi perdagangan, rapat perusahaan melalui *teleconference*, hingga mengonsumsi meme yang tersebar di berbagai media sosial. Begitu juga dengan para warganet muslim, khususnya Surabaya, sebagai bagian dari desa global mereka juga melakukan aktivitas yang dilakukan warganet pada umumnya, salah satunya adalah aktivitas mengonsumsi meme Islami dari media sosial Instagram.

¹ Daniel Ani Uchenna, et. al., *Internet Capabilities for Effective Learning and Research*, dalam *Journal of Innovation and Scientific Research* Vol. 13 No., (Lokoja, Nigeria: Federal University Lokoja, 2015), hlm. 341-348

terutama khususnya meme Islami
 dan juga meme-meme lainnya konsumen meme
 ini perlu disajikan profil Instagram berikut ini:

ne Islami di Instagram berikut ini:

nama asli
yang sedang
satu Perguru

SMA dan keluar dari pesantren. Selama di pesantren, meskipun tidak sering,

² Widya Arifianti, *If You Know What Happened in MCI*, (Jakarta: Loveable, 2015) hlm. 1-20

2. Yogi

Remaja yang juga bekerja di daerah Surabaya Barat ini mengatakan ia sudah mengikuti tren meme sejak mulai populer di Facebook hingga saat ini

Pemuda berjenggot tipis ini dalam beberapa kesempatan selalu mengenakan pakaian seperti celana *jeans* dan kaos yang terkesan sederhana. Rokok seringkali terlihat ia bawa dan sesekali ia nyalakan. Yogi terlihat selalu diam sejenak sebelum menjawab pertanyaan dari peneliti, jawaban yang dilontarkan pun cenderung terstruktur dan sistematis. Kata-kata yang diucapkan sopan dan sesekali menggunakan *krama inggil*. Diketahui bahwa ia juga merupakan marbot musholla di lingkungannya bersama para pemuda lainnya.

Informan ketiga adalah Cindi yang merupakan mahasiswa jenjang Magister di salah satu perguruan tinggi ternama di Surabaya. Pemuda 24 tahun ini tengah menempuh studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, linear dengan studi Sarjana yang telah ia rampungkan sebelumnya. Cindi pernah sekolah di Jombang dan tinggal di salah satu pesantren disana selama 3 tahun masa SMA. Selama masa studi jenjang Sarjana ia masih melanjutkan belajar di salah satu pesantren di Surabaya, sebelum kemudian lulus dari kampus dan pesantren.

[illegible]

4. Ali

[illegible]

5. Fuad

Konsumen meme Islami satu ini merupakan mahasiswa magister jurusan Matematika di Universitas Negeri Surabaya. Remaja 23 tahun ini pernah mengenyam pendidikan Islam di pesantren di wilayah Probolinggo selama 3 tahun masa SMA-nya. Ia banyak terlihat aktif di organisasi Nahdlatul Ulama serta aktif mengikuti pengajian yang digelar di kantor PWNU Jawa Timur. Saat ini, selain kuliah Fuad juga bekerja di Lembaga Sosial YDSF Surabaya.

Fuad mengaku mulai mengonsumsi meme sejak ia di pesantren. Kebiasaan tersebut berlanjut hingga kini dan berkembang dengan bertambahnya akun meme Islami yang ia ikuti. Hampir semua akun yang diikuti Fuad adalah akun meme Islami yang sifatnya non-humor. Remaja berjenggot dan berkumis tipis ini dalam beberapa kesempatan bertemu

melalui status di media sosialnya.

i

s yang biasa dipanggil Reni ini merupakan mahasiswa

rabaya. Saat ini Reni tengah menempuh studi di bi

Informasi. Pendidikan dan masa kecilnya dihabis

n menengah pertamanya adalah sekolah umum

n ke salah satu sekolah menengah atas negeri. I

S pada saat SMA. Gadis 22 tahun ini diketah

m pendidikan pesantren.

m mengenal meme setelah beberapa waktu memiliki

melalui status di media sosialnya.

i

s yang biasa dipanggil Reni ini merupakan mahasiswa

abaya. Saat ini Reni tengah menempuh studi di bi

Informasi. Pendidikan dan masa kecilnya dihabis

n menengah pertamanya adalah sekolah umum

n ke salah satu sekolah menengah atas negeri. I

S pada saat SMA. Gadis 22 tahun ini diketah

m pendidikan pesantren.

m mengenal meme setelah beberapa waktu memiliki

melalui status di media sosialnya.

i

s yang biasa dipanggil Reni ini merupakan mahasiswa

abaya. Saat ini Reni tengah menempuh studi di bi

Informasi. Pendidikan dan masa kecilnya dihabis

n menengah pertamanya adalah sekolah umum

n ke salah satu sekolah menengah atas negeri. I

S pada saat SMA. Gadis 22 tahun ini diketah

m pendidikan pesantren.

m mengenal meme setelah beberapa waktu memiliki

melalui status di media sosialnya.

i

s yang biasa dipanggil Reni ini merupakan mahasiswa

abaya. Saat ini Reni tengah menempuh studi di bi

Informasi. Pendidikan dan masa kecilnya dihabis

n menengah pertamanya adalah sekolah umum

n ke salah satu sekolah menengah atas negeri. I

S pada saat SMA. Gadis 22 tahun ini diketah

m pendidikan pesantren.

m mengenal meme setelah beberapa waktu memiliki

melalui status di media sosialnya.

i

s yang biasa dipanggil Reni ini merupakan mahasiswa

abaya. Saat ini Reni tengah menempuh studi di bi

Informasi. Pendidikan dan masa kecilnya dihabis

n menengah pertamanya adalah sekolah umum

n ke salah satu sekolah menengah atas negeri. I

S pada saat SMA. Gadis 22 tahun ini diketah

m pendidikan pesantren.

m mengenal meme setelah beberapa waktu memiliki

Zakiya adalah warga Surabaya yang saat ini bekerja untuk salah satu perusahaan teknologi di Surabaya. Gadis yang biasa dipanggil Kiki ini lahir di Surabaya namun tumbuh dan besar bersama neneknya di Lumajang, Jawa Timur. Ia kembali ke Surabaya untuk bekerja setelah menyelesaikan studinya di salah satu perguruan tinggi di Jember. Berdasarkan penelusuran peneliti, Kiki hingga saat ini sering melakukan *travelling* bersama teman-temannya. Ia nampak sering mengunggah foto-foto momen selama *tavelling* bersama para temannya.

[illegible]

B. Data Hasil Penelitian

“Seperti di pesantren itu, saya yakin ustad-ustadznya memiliki *sanad* ilmu yang jelas, daripada dari internet. Karena kita nggak tahu orang yang *bikin*, mungkin orang *bikin* itu ngertinya dari satu sumber yang dia rasa itu cocok tapi untuk kebenarannya itu belum tentu. Karena untuk sekarang ini kan kita seringnya cocok-cocokan dalam memilih sumber apapun itu, terutama dalam ajaran agama Islam. Seperti *hadits* itu setahu saya kan banyak, ada *shoheh*, *hasan*, *dhoif*, isinya pun banyak, ada yang bertentangan, tergantung orangnya itu, dia cocok yang mana atau lingkungannya itu mengarahkan kemana. Kalo dia backgroundnya nggak dari pesantren terus tiba-tiba belajar kan memilih yang cocok aja. Bisa jadi *pas* dia putus dari pacarnya terus dia buka instagram yang isinya hijrah-hijrah itu kan sesuai hatinya.”⁴

Informasi dari internet yang meragukan tidak semata menjadikannya tidak dapat dipercayai. Fasa yakin bahwa dari sekian banyak informasi, pasti ada orang yang menyebarkan informasi yang benar. Namun klaim seperti ini perlu melewati berbagai tahapan konfirmasi terlebih dahulu sebelum akhirnya bisa diterima. Seseorang harus terbuka dalam menerima informasi baru. Namun ia juga harus berhati-hati dalam menilai keabsahan informasi tersebut. Hal ini sebagaimana Fasa katakan:

“Tapi saya juga yakin mas, dari postingan-postingan di akun religius iku pasti ada yang benar. *Kayak* contohnya aku pernah baca postingan tentang salah satu posisi dalam sholat, setahuku posisi yang *diajari* waktu di pondok dulu beda sama yang ada di Instagram. Aku langsung coba kirim *screenshot* postingan itu tadi ke temenku yang lebih paham. Katanya dia juga pernah ngaji kalo memang Nabi pernah duduk seperti itu. Tapi aku merasa belum *srek* mas, akhirnya aku coba kontak dan tanya ke ustadz-ku. Agak

⁴ Data wawancara dengan Fasa pada 28 Agustus 2019

lama setelah itu baru ustadz-ku *bales* dan konfirmasi kalo *emang* itu benar.”⁵

Konsumen meme harus waspada ketika menerima informasi baru atau informasi yang sifatnya kontradiktif dengan pemahamannya. Ia harus mau mencari konfirmasi atau memeriksa kebenaran atas informasi baru tersebut, sebab tidak menutup kemungkinan informasi yang demikian dapat memperluas wawasannya bila ternyata benar, atau mungkin memberikan kewaspadaan bila ternyata informasi itu salah.

Era informasi seperti saat menjadikan adanya banjir informasi, yakni kondisi dimana terlalu banyak dan mudahnya informasi menyebar luas. Kondisi ini menimbulkan adanya kebingungan dan kegagalan dalam memaknai informasi bagi mereka yang tidak memiliki literasi yang cukup. Informasi, khususnya yang berisi ajaran agama Islam merupakan hal yang sangat sensitif. Sedangkan dilain sisi, internet hanya mampu mentransfer informasi saja, bukan kebenaran. Yogi mengatakan, sebagai berikut:

“Asline bahaya prasaku nek wes nyanguktu internet. tau soale pakdeku dewe, pensiunan polisi, nyebar nak grup Whatsapp keluarga, Innalillahi wa Inna ilaihi rojiun telah meninggal Ustadz Arifin Ilham. Lah aku kaget kan, tak goleki sek nak berita-berita ngunu. Koyok Tribun, Detik, ngunu kan nek wes level internet kan termasuk media seng update banter kan. Ternyata jek kritis nak Singapura. Terus sing sekirane mau ya, beritane tak screenshot trus tak kirim nk grup mau tak tulisi, ‘alhamdulillah tasek gesang’, tak bales ngono pakdeku.”⁶

(menurutku sudah bahaya kalo menyangkut soal internet. soalnya pernah pakde saya sendiri, pensiunan polisi, menyebarkan kabar

⁵ Data wawancara dengan Fasa pada 28 Agustus 2019

⁶ Data wawancara dengan Yogi pada 5 September 2019

“Kalo aku ya, pastinya orang tua punya posisi penting, soale sebelum belajar dai mana-mana ayah ibu itu *udah ngajari* baca huruf arab, *ngajak* ke masjid, *nyontohin* sholat, banyak lah.”⁸

Seiring dengan berjalannya waktu, bertambahnya usia, dan berkembangnya teknologi informasi komunikasi, sumber informasi pun semakin beragam. Ajaran agama juga menyebar melalui berbagai kanal, termasuk kanal digital. Sifat data digital yang sangat mudah untuk diolah, serta jaringan komputer yang menjadikan segalanya mudah untuk ditransmisikan merupakan kondisi yang sangat ideal bagi ide-ide atau gagasan untuk menjangkit pikiran-pikiran. Ceramah agama yang dahulu biasa dilakukan secara konvensional melalui forum kajian *offline* kini dapat diunggah kedalam internet dan dengan mudah diakses oleh siapapun dari penjuru dunia, dengan syarat adanya akses internet. Hal ini menjadikan forum kajian sebagai salah sumber religiusitas terutama dalam dimensi pengetahuan,

[illegible]

bukan forum kajian *offline* melainkan kajian yang diunggah dalam *platform-platform* media sosial. Sebagaimana diungkapkan oleh Cindi:

“Sekarang jaman kan sudah canggih ya, kita bisa nemuin apapun yang kita cari, jadi biasanya saya sih denger di Youtube, di Instagram juga ada kan fitr IGTV tapi sifatnya hanya sekilas, nggak seluas youtube. Tapi ya tetep kita harus tau dulu siapa-siapanya.”⁹

Pendidikan merupakan hal yang penting bagi pertumbuhan anak. Pengetahuan, perilaku, dan pola pikir banyak dibentuk oleh pendidikan sejak dini pada anak. Selain materi, durasi waktu belajar juga harus diperhatikan, sebab dengan demikian anak dapat menyerap pengetahuan secara maksimal. Pesantren punya peran yang sangat vital bagi pendidikan Islam di Indonesia. Sejak sebelum era kemerdekaan, belajar ilmu agama di pesantren sudah menjadi budaya bagi mereka yang ingin memperdalam keilmuan Islamnya. Ali merupakan remaja yang sejak kecil sudah dikenalkan dengan pendidikan Islam dan dunia pesantren. Sebagaimana Ali katakan sebagai berikut ini:

“Kalo saya pribadi ya, sebagian besar masa anak-anak saya itu udah di pesantren, meskipun *gak mondok*, tapi saya ikut ngaji sama sekolah itu di lingkungan pondok. Apalagi pas udah *dipondokin* ke Sampang itu malah *full udah*. Bangun tidur ngaji, sekolah, diniyah, ngaji, belajar, tidur, besoknya bangun lagi, gitu lagi muter aja.”¹⁰

Selain pesantren, orang tua sebagai guru pertama bagi anak juga dianggap memiliki peran sangat penting. Orang tua yang memiliki pengetahuan yang luas akan ke-Islam-an biasa dijadikan tokoh dalam

⁹ Data wawancara dengan Cindi pada 18 Oktober 2019

¹⁰ Data wawancara dengan Ali pada 14 September 2019

Perubahan lingkungan bisa memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi seseorang yang memasukinya. Pengalaman tersebut bersifat relatif, sebab bisa hal ini bernilai baik apabila ia mampu beradaptasi dengan baik, dilain sisi hal ini juga bisa bernilai buruk apabila ia gagal beradaptasi, tidak dapat mempetahankan prinsipnya, atau malah terbawa arus. Kesan pertama terhadap lingkungan baru biasanya memang mengagetkan. Namun seiring dengan berjalannya waktu maka kesan tersebut akan perlahan memudar. Hal inilah yang dijelaskan oleh Ali sebagaimana berikut ini:

[illegible]

Bagi Ali, keluarga dan lingkungan (sosial dan budaya) mempunyai peran penting sebagai tempat mempelajari ajaran Islam. Pondasi yang dibentuk dari dalam keluarga akan dibentuk dengan kondisi lingkungan sosial dan budaya disekitarnya dan akan membentuk Ali seperti yang sekarang ini, dalam melaluinya diperlukan kemampuan adaptasi dan pemahaman yang mumpuni.

Pendidikan dalam lingkup keluarga bagaikan batu pondasi dalam pengetahuan anak. Religiusitas, selain bisa dibangun dari lingkup keluarga juga dapat dibangun dalam lingkup pendidikan formal. Formulasi kerangka pendidikan yang diberikan oleh pemerintah juga mengandung materi untuk mempelajari ilmu keagamaan. Posisi guru memegang peranan penting dalam

[illegible]

Hasil nyata dalam pendidikan biasa nampak dari bertambahnya ilmu dan pengetahuan. Hal ini biasa tercermin dalam perilaku dan tutur yang dilontarkan oleh seseorang. Hasil positif yang nampak sangat berpeluang untuk mendorong dan menginspirasi lingkungan sekitar supaya mendapat hasil yang sama dengan metode yang sama pula. Meskipun pada dasarnya metode yang sama tidak menjamin hasil serupa, hal ini tetap banyak diyakini sebagian orang. Fuad adalah salah satunya:

(Selama SMA saya di pesantren daerah Probolinggo, awalnya saya tidak mau, tapi tetap dipaksa sama bapak. Sebabnya ada saudara yang sekolah di pesantren itu sejak SMP dan ketika pulang dia terlihat pendiam dan alim. Akhirnya saya juga dimasukkan sekolah dan pesantren yang sama dengan sepupu saya itu).

¹⁵ Data wawancara dengan Fuad pada 14 Oktober 2019

(Secara pribadi menurut saya pergaulannya memang berbeda sekali, teman-temanku (di pesantren) pendiam, beda sekali dengan teman-teman di Surabaya. (waktu pulang ke Surabaya) kata teman-teman,'kamu kok jadi pendiam gini, ad', tapi menurutku biasa saja. saya tidak merasa pintar sekali, tapi memang selama di pesantren menang banyak hal yang bisa saya pelajari).

Lingkungan sosial yang beragam dalam konteks religiusitas mampu memperluas pengetahuan dan bahkan menambah kebijaksanaan seseorang dalam menanggapi sebuah kondisi, hal ini memungkinkan selama ia mampu menyikapi informasi dari lapangan dengan baik. Alternatif lainnya, apabila lingkungan sosial cenderung homogen, seorang muslim bisa memperdalam wawasannya alih-alih hanya memperluasnya. Fuad selepas dari pendidikan pesantrennya memperdalam wawasan dan pemahamannya terhadap Nahdlatul Ulama dengan mengabdikan dirinya dalam organisasi Ikatan Pemuda

[illegible]

(saya tidak kaget (dengan pergaulan di kampus), biasa saja, karena SMP kan saya di Surabaya, jadi begitu masuk kampus (UNESA) kurang lebih saya paham, ya seperti inilah (pergaulan) di Surabaya. Teman saya di kampus juga tidak yang aneh-aneh, soalnya (begitu saya masuk kampus) saya ikut organisasi IPNU, di rumah juga ada organisasinya (NU) kan. Jadi terjaga lah pergaulan saya. Tapi memang saya tahu kalo (di kampus) ada aliran-aliran yang tidak suka dengan aliran model saya ini).

Prinsip atau pemahaman tentang persepsi dalam religiusitas yang sudah tertanam biasa menjadikan seseorang untuk cenderung memperdalam hal tersebut. Kemudahan akses informasi di era digital membuat hal ini semakin mudah. Jaringan internet yang memungkinkan seseorang yang memiliki akses untuk menjangkau berbagai macam data menjadikan informasi di era ini sangat mudah menyebar. Kondisi ini juga menjadikan internet sebagai sumber religiusitas bagi seseorang. Hal ini sebagaimana Fuad katakan:

“Selama aku kuliah ya sering melu ngaji-ngaji nk PWNU iku bang, kan rutin kadang ngundang yai Marzuki, wingi enek Gus

[illegible]

lingkungan pergaulan di sekolah turut memberikan dampak kepada perkembangan anak di sekolah. Seperti yang diungkapkan Reni berikut ini:

“Di sekolah ada pelajaran PAI, kalo Ramadan juga ada *camp* agama kan. Di kelas aku juga diajarin ngaji, tapi *yo gak* pernah serius juga, lah temen-temen pada *rese* juga kan. Jadinya ya tau, bisa dikit-dikit lah.”²⁰

Selain pendidikan formal, pengetahuan sebenarnya juga dapat diperoleh dari berbagai hal. Contohnya adalah Reni yang setelah menyelesaikan sekolahnya dan memulai kuliah serta kesibukan non-akademik di Dinas Sosial. Kebiasaan dan kesibukan disana memberikan Reni ruang untuk belajar dan mengambil manfaat dari kegiatan-kegiatan di Dinas Sosial. Reni mampu menyerap ilmu dan pengetahuan baru, hal ini berujung pada mekarnya rasa ingin tahu Reni terhadap banyak hal, termasuk belajar agama Islam. Reni mengungkapkannya sebagaimana berikut ini:

“Sejak kuliah itu aku ikut pelatihan di Dinas Sosial (Kota Surabaya), disana aku bantu-bantu kegiatan. Kadang bagian nyiapin alat-alat pelatihan, ikut *dokumentasiin*, bisa lihat-lihat pelatihan. Dapat ilmu banyak lah dari sana. Mulai dari situ juga aku banyak baca-baca soal macem-macem. *kek* misalnya tentang wanita, tentang lingkungan gitu, banyak pokoknya. Dari sana juga aku dapat inspirasi, ada materi soal muslimah waktu itu. aku *dengerin* lama-lama itu *kek* iya, ya. Mulai itu aku banyak baca-baca soal muslimah, belajar ngaji, belajar sholat.”²¹

Rasa ingin tahu yang dipupuk dengan semangat belajar dan fasilitas ilmu menjadikan seseorang berkembang sedikit demi sedikit. Religiusitas adalah hal yang tidak dapat dicapai secara instan. Berbagai macam proses dan tahap

²⁰ Data wawancara dengan Reni pada 22 September 2019

²¹ Data wawancara dengan Reni pada 22 September 2019

praktek sholat kalo *pas* pondok Ramadhan. Tapi selain itu *seingetku* ga ada belajar agama *blas*.”²⁵

Perubahan lingkungan sosial budaya, serta pergaulan menjadi salah satu sebab berubahnya seseorang. Perpindahan dari daerah yang minim religiusitas kepada lingkungan yang lebih kaya dan mudah akses informasi sangat berpeluang mendorong rasa ingin tahu dan perkembangan pola pikir seseorang. Kiki yang lingkungan kerja dan lingkungan pergaulannya berisi orang-orang religius menjadikannya terpengaruh juga.

“Aku baru *concern* sama ibadahku sejak ke Surabaya mas. Aku ketrima di Biznet sekitar tahun lalu, disana *temen-temen* kantorku banyak yang rajin sholatnya. *Kalo pas* nongkrong sama mereka gitu sering diajak sholat *bareng* akunya. Waktu awal sering *touring (travelling)* sama Rendi juga, malah selalu sholat bareng (*jamaah*) kalo sama mereka.”²⁶

Perubahan yang berjalan beriringan dengan kondisi lingkungan menjadikan individu yang ada didalamnya turut merasakan adanya perubahan, baik yang sifatnya intrinsik maupun ekstrinsik. Kiki yang lingkungannya mengalami pergeseran pun demikian, secara ekstrinsik ia jadi sering mengikuti praktek-praktek ritual keberagamaan dan juga sering bertanya kepada teman-temannya, sedangkan secara intrinsik ia mengalami perubahan perasaan yang menjadi lebih tenang. Kiki mengutarakan hal ini sebagai berikut ini:

“Lama-lama aku juga jadi biasa dan emang menurutku rasanya jadi lebih tenang gitu. Nah temenku *touring (travelling)* itu ada

²⁵ Data wawancara dengan Zakiya pada 2 Nopember 2019

²⁶ Data wawancara dengan Zakiya pada 2 Nopember 2019

“Saya dari kecil itu di Surabaya mas. Sekolah saya itu mana ada yang ada embel-embel Islamnya. Baru kuliah ini aja saya pilih yang ada embel-embel Islamnya. Dulu SMA saya di belakang sini mas, deket rumahnya bu Khofifah.”³⁰

Masa remaja kerap menjadi titik perubahan kehidupan seorang anak. Peningkatan kematangan secara biologis maupun psikis menjadikan anak menjadi lebih dinamis secara emosi dan kemauannya. Bagi anak yang sejak kecil sudah beragama tidak menutup kemungkinan ketika ia menginjak masa remaja ia menemukan kesenangan dari suatu hal. Demikianlah yang dialami oleh Rully, dimana keseruan dalam berorganisasi dan mengikuti kegiatan olah raga lainnya sangat menyenangkan. Saat itulah ia mulai meninggalkan kebiasaannya untuk belajar agama dari kedua orang tuanya. Ia mengatakan:

³⁰ Data wawancara dengan Adrian pada 7 Desember 2019

*“He’eh sih mas, aku follow beberapa akun (meme) religius ngunu iku. Enek NU Online terus selain iku koyok negeri akhirat. Wis suwe sih mas olehku follow, sekitar pas metu pondok lah, sampe lali aku saking suwene”.*³⁵

(Iya sih mas, aku *follow* beberapa akun meme religius seperti yang dimaksud. Ada akun NU Online, selain itu juga ada akun negeri akhirat. Sudah lama saya mengikuti akun tersebut, mulai ketika saya lulus dari pesantren, saking lamanya jadi agak lupa saya).

Berdasarkan pada observasi peneliti, akun NU Online yang dimaksud memiliki alamat akun @nuonline_id dalam media sosial Instagram. Pada tanggal 9 Desember 2019, akun tersebut memiliki 630 ribu pengikut dan 5000 lebih *post*³⁶. NU Online merupakan akun resmi yang dinaungi Organisasi Nahdlatul Ulama. Selain Instagram, akun resmi Nahdlatul Ulama juga tersebar dalam berbagai *platform* media sosial lainnya seperti Twitter, Facebook, dan Youtube. Adapun *post* yang beredar di akun ini adalah kutipan atau potongan ceramah para ulama, ajaran-ajaran Islam seperti doa, motivasi, dan kadang informasi edaran terkait organisasi nahdlatul Ulama. Secara pengemasan, meme yang dibagikan akun NU Online tidak pernah menggunakan unsur humor didalamnya. Meme yang dibagikan lebih mengutamakan unsur informatif dan formal secara pemilihan kata.

³⁵ Data wawancara dengan Fasa pada 28 Agustus 2019

³⁶ Yakni unggahan yang dilakukan oleh seorang pengguna Instagram, biasa berupa gambar dan disertai teks (caption) yang menyertainya.

Selain NU Online, Fasa juga menyebut bahwa ia mengikuti akun Negeri Akhirat. Berdasarkan pada observasi peneliti, akun Negeri Akhirat memiliki nama akun @negeriakhirat. Akun yang pada Desember 2019 memiliki 2,2 juta pengikut ini membagikan meme Islami yang berfokus pada kutipan quote, ayat-ayat al-Quran, dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Selain akun Instagram, Negeri Akhirat juga memiliki akun di *platform* media sosial Facebook dengan nama yang sama. Secara pengemasan, meme yang dibagikan Negeri Akhirat menggunakan redaksi yang bersifat formal. Deskripsi dalam laman tidak menjelaskan siapa orang dibalik akun tersebut. Selain membagikan meme, akun ini juga beberapa kali diketahui mengunggah *post* yang bersifat *endorse*, yakni gambar yang merupakan promosi produk/jasa berbayar.



Gambar 3.2 Meme yang dibagikan oleh akun Negeri Akhirat.

Sebagai alumni pesantren, Fasa juga mengonsumsi meme Islami dari media sosial. Seperti akun yang telah ia sebutkan sebelumnya, ia memosisikan meme Islami yang demikian itu sebagai media pengingat. Meskipun seseorang sudah mempelajari suatu ajaran atau mengetahui suatu perintah/larangan dalam agama, tidak menutup kemungkinan ia akan mulai melupakannya seiring dengan berjalannya waktu dan menumpuknya kesibukan. Pada kondisi yang demikian meme punya posisi untuk mengingatkan kembali ajaran, perintah, atau larangan yang pernah dipelajari Fasa. Sebagaimana ia katakan:

“Sebenarnya *kalo* sosial media, untuk akun religiusnya itu bermanfaat buat saya. Saya memaknai meme yang seperti itu kayak pencerah, barangkali ada yang kelupaan terus lihat meme yang *kayak gitu* terus ingat lagi.”³⁷

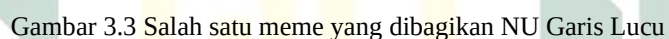
Meski demikian, dalam mengonsumsi meme, seseorang harus lebih selektif dan mampu menyaring meme Islam seperti apa yang ia konsumsi,

³⁷ Data wawancara dengan Fasa pada 28 Agustus 2019

“Kalo media sosial misal Instagram itu kan ya sebagai hiburan aja, ga sampe menjadi sesuatu, pedoman kehidupan, ya mungkin kalo ada nilai-nilai al-Quran yang ditulis sebagai konten mungkin bisa jadi, karena itu kan termasuk inovasi, kemasannya baru. Seperti ayat-ayat al-Quran, hadits Nabi yang terus di desain dan dijadikan konten media sosial, itu sih tetep gabisa jadi sesuatu yang merubah banyak hal dari diri saya, karena memang cuma media sosial. Yang paling penting ya tetep berguru pada orang yang nyata, bukan pada media sosial.”³⁹

Meme Islami juga berpeluang dalam memberikan ajaran baru bagi seseorang. Namun bagi sebagian orang, meme Islami memiliki posisi yang lebih mengarah pada penguatan. Kondisi yang demikian bisa terjadi ketika seseorang memiliki pengetahuan ajaran Islam yang luas sebelumnya. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa dalam kadar religiusitas, pengetahuan ada pondasi yang menopang dimensi religiusitas lainnya. Namun kondisi

[illegible]

[illegible]

Perspektif terhadap unsur humor dalam meme kerap berbeda-beda bagi setiap orang. Selain sebagai media hiburan, unsur humor juga dianggap menjadi sarana sindiran yang paling efektif berkat sifatnya yang ringan dan cenderung mengundang tawa. Akibat kadar fanatisme yang berlebih, manusia terkadang lupa bahwa antar sesama harus saling menyayangi dan melindungi. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Yogi berikut ini:

Kegemaran dalam mengonsumsi meme kerap diwujudkan dengan cara yang beragam oleh warganet. Fitur dalam media sosial menyediakan tombol untuk menyukai (*like*), mengomentari (*comment*), dan tombol untuk berbagi

[illegible]

“Kebiasaan *kalo* sudah ada konten yang menurut saya *kok* pas, saya bagikan lewat *story* di Instagram, sering juga lewat status di WhatsApp. Tapi kadang ya, saya lagi ada apa gitu sama teman saya, terus nemu meme yang menohok sama itu tadi, biasanya saya bikin satatus, tapi yang selain orang yang saya *pengini* untuk lihat itu saya blok, jadi intinya saya buat pokoknya cuman dia yang bisa lihat. Atau gak gitu kalo pas ada kayak isu-isu yang lagi panas gitu kan biasanya ada aja akun yang bikin memenya, lucu-lucu kadang itu mas, kalo suka ya saya *screenshot* terus saya kirim ke temen-temen musholla itu, ya sekedar buat lucu-lucuan lah.”⁴²

Bagi Yogi meme juga bisa digunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung dengan teman-temannya. Selain itu meme juga digunakannya untuk berinteraksi terkait situasi tertentu dengan orang-orang disekitarnya. Meme setidaknya bisa dibuat untuk menyindir, untuk menegur secara tidak langsung, atau sekedar untuk menyapa dan berbagi kesenangan.

Mengikuti lebih dari satu akun meme merupakan hal yang biasa dalam dunia media sosial. Kecenderungan seseorang yang sudah merasa suka akan sebuah informasi adalah terus mencari hal yang serupa. Sebagaimana yang dialami oleh Cindi, hal yang wajar bila wanita yang hidup di jaman milenial

⁴² Data wawancara dengan Yogi pada 5 September 2019

Selanjutnya yaitu Menjadi Salihah dan Kartun Muslimah, keduanya memiliki segmen konsumen perempuan. Hal ini terlihat dari kiriman meme Islami yang ada di lamannya yang hampir semuanya ialah tentang wanita. Perbedaannya ada pada gaya pembawaan yang diusung, jika Menjadi Salihah cenderung serius, maka Kartun Muslimah lebih terkesan ceria dengan selalu menyelipkan gambar kartun ilustrasi dalam memenya. Menjadi Salihah memiliki nama akun @menjadisalihah, saat ini ia memiliki lebih dari 400 ribu pengikut dan kirimannya telah mencapai angka 21 ribu, di sisi lain Kartun Muslimah memiliki lebih dari 2,6 juta pengikut dan 53 ribu kiriman.

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa akun yang kerap membagikan meme punya intensitas kiriman yang cepat, dengan banyaknya jumlah kiriman dalam satu hari tidak menutup kemungkinan orang akan mendapatkan banyak informasi dan ajaran agama Islam darinya. Se jauh meme Islami itu bagus dan bernilai benar, maka sah saja untuk mau menerima atau bahkan menjalankan apa yang diajarkan darinya. Namun kendalanya ada pada jenis informasi yang terkandung dalam meme Islami cocok dengan perspektif dan sifat konsumennya. Dengan demikian, perlu ditekankan kembali bahwa konsumen meme harus tetap mempertimbangkan beberapa hal terlebih dahulu. Cindi mengatakan sebagai berikut ini:

“Saya kalo melihatnya ya, kadang kita suka *stalking* di Instagram kan meme itu sering keluar. Apalagi saya sering banget buka instagram. Kalo meme-meme yang sifatnya baik sih ya saya ikuti. Tapi saya tetep pertimbangkan dulu, gak langsung nyomot gitu.”⁴⁴

[illegible]

“Contohnya di meme Negeri Akhirat itu kan banyak yang sifatnya mengingatkan kita. Ya saya lihat dulu apa itu terasa benar buat saya. Dan saya kan juga tahu beberapa ajaran-ajaran, jadi lebih mengingatkan saya sih mas. Soalnya setau saya aliran-aliran diluar NU kan ya banyak mas ya, mereka juga bikin meme-meme kayak gini. Jadi saya harus lebih pinter milah-milah. Selain itu kita kan juga nggak tau siapa yang buat akun-akun kayak gini. Soalnya sifatnya kan global mas. Iya saya yakin mereka niatnya juga mengingatkan, tapi kita juga harus pinter milih-milih, tulisan kayak gini ini sesuai nggak.”⁴⁵

Kadar pengetahuan seseorang yang berbeda-beda menjadikan ia sesekali menemukan informasi atau ajaran yang sebelumnya tidak dietahuinya. Sebagai salah satu wujud tindakan konservatif, seseorang harus bisa mengkonfirmasi atau setidaknya tahu bagaimana harus menyikapi ajaran baru tersebut. Fitur-fitur yang dimiliki media sosial juga bisa dimanfaatkan sebagai salah satu media konfirmasi. Apabila melalui fitur tersebut masih

[illegible]

Istilah meme memang baru-baru ini menjadi tren di kalangan warganet, namun substansi dari apa yang dimaksud meme sudah beredar sejak internet menjamur, khususnya di Indonesia. Hingga saat ini pun, meme masih dimaknai secara sempit oleh warganet Indonesia sebagai gambar/video lucu saja. padahal secara konsep, sebagaimana diungkapkan oleh Dawkins sebagai penemu, meme adalah segala sesuatu yang bisa menyebar. Definisi ini memungkinkan adanya klasifikasi meme berdasarkan macam-macam hal. Ali mengatakan:

Viralnya masalah yang melibatkan organisasi Hizbut Tahrir Indonesia memberikan pengaruh yang besar bagi dunia memetika. Sebelum periode ini,

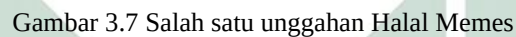
⁴⁷ Data wawancara dengan Ali pada 14 September 2019

“Mulai rame-ramenya waktu ada gembor-gembornya HTI dulu itu ya. Akun-akun yang hijrah-hijrah itu tambah banyak. Saya nggak ikutin, soalnya kadang *postingannya* itu malah bikin emosi. Emosinya ya gara-gara kontennya itu, gak satu pemikiran lah pokoknya. Daripada bikin emosi ya, mending di blok aja, *follow* yang jelas-jelas aja, kayak Halal Memes. Jelas *bikin ngakak*.”⁴⁸

Fakta bahwa hijrah dan meme menjadi tren baru tidak menjadikan Ali begitu saja mengikuti tren itu. Ali tetap memiliki pandangan dan prinsipnya sendiri. Pendidikan pesantren dan gemblengan paham Nahdlatul Ulama yang sangat toleran dan tidak anti terhadap Pancasila oleh kedua orang tuanya menjadikan Ali menolak pandangan-pandangan yang cenderung berlawanan dengannya.

Berdasarkan pengamatan peneliti, akun instagram Halal Memes yang sempat disebutkan Ali adalah akun beralamat @halal_memez. Terakhir kali, Desember 2019, akun ini memiliki lebih dari 1200 kiriman dan telah diikuti oleh 17 ribu orang lebih. Akun ini membagikan meme yang menyertakan unsur humor didalamnya, selain itu Halal Memes menggunakan bahasa Inggris dalam memenya. Akun ini bisa dikatakan membagikan humor yang

[illegible]

[illegible]

Selain dua hal yang asumsikan peneliti diatas, tingkat dan jangkauan pengetahuan seseorang nampaknya turut mempengaruhi apa yang ingin dan tidak ingin dikonsumsi. Bagi Ali yang sudah menelan banyak materi ke-Islaman sejak kecil menilai akun-akun meme seperti Negeri Akhirat, Tausyahku, dan Berhijrah tidak banyak memberikan asupan baginya. Sehingga baginya mengonsumsi hal baru yang lebih kompleks dan sifatnya menghibur (seperti Halal Memes) terasa lebih menyenangkan baginya. Hal ini sebagaimana Ali katakan sebagai berikut ini:

Bagi Ali yang memosisikan meme Islami (yang sifatnya humor) sebagai media hiburan, biasa menunjukkan rasa gemarnya dengan menekan

[illegible]

Perkenalan dengan meme Islami sejauh ini kerap diawali dengan konsumsi meme (gambar dan video lucu) terlebih dahulu. Perkenalan dengan meme Islami kerap menimbulkan inspirasi yang diaplikasikan kedalam berbagai hal. Bagi Fuad, perkenalannya dengan meme Islami menginspirasi ia untuk membuat konten dengan tema serupa dan diterapkan kedalam akun Instagram yang dikelolanya sendiri. Adaptasi dilakukan oleh Fuad dari teks hadits dengan kondisi atau situasi yang dihadapinya didalam organisasi. Hal ini sebagaimana Fuad katakan:

(sebenarnya sudah dari dulu saya *follow*, akun-akun yang membagikan meme seperti itu, tapi yang humor-humor saja. baru

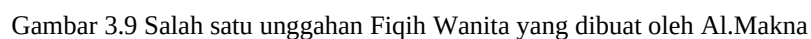
⁵⁰ Data wawancara dengan Ali pada 14 September 2019

⁵¹ Data wawancara dengan Fuad pada 14 Oktober 2019



Humor yang sedikit banyak menyangkut ajaran kedua agama kerap dijadikan bahan interaksi dan dikemas secara ringan dengan bumbu humor. Selain untuk hiburan dan media belajar juga, bagi Fuad meme Islami juga bisa digunakan sebagai media untuk berdakwah. Jiwa-jiwa kreatif yang dimiliki Fuad dituangkan dalam bentuk kreasi meme Islami yang kerap ia bagikan. Kegiatan berbagi meme Islami ini untuk Fuad diyakini memiliki nilai dakwah. Kegiatan berbagi tidak harus dari meme Islami yang diciptakan sendiri oleh fuad, namun juga bisa berupa membagikan meme Islami yang didapatkan dari media sosial.

⁵⁴ Data observasi pada 12 Desember 2019 dari laman @katolik_garis_lucu



Tindakan seperti ini memang sudah biasa terjadi pada akun-akun lainnya dan sah saja untuk dilakukan. Sepanjang unggahan baru tidak menghilangkan identitas atau kredit untuk pencipta aslinya. Selain itu, prinsip yang lebih penting ialah sejauh akun tersebut bisa memberikan manfaat dan

pengguna yang berkomentar negatif, maka Reni tidak akan meniru/meyakini konten meme tersebut.

“(terkait cara mengapresiasi meme) kalo untuk itu aku biasanya simpen kalo gak gitu download mas. Aku gak share ke temen-temen soalnya menurutku ya aku liat itu kan buat *muhasabah* diri aku sendiri. Kecuali kalo kek postingan-postingan kampanye alamnya Green Peace itu kan emang untuk disebar luaskan, demi anak cucu, kita harus peduli alam.”⁶⁰

Cara untuk mengapresiasi meme memang beragam. Reni melakukannya dengan menyimpan meme Islami tersebut dalam fitur *save* (tanda) yang ada dalam Instagram. Selain itu ia juga mengungkapkan mengunduhnya untuk dibaca kembali. Berdasarkan pengamatan peneliti, cara Reni dalam mengunduh adalah dengan melakukan tangkapan layar (*screenshot*) pada gambar/teks meme yang ingin ia unduh.

Meme ialah apapun yang dapat menyebar melalui pikiran dari satu orang kepada orang lain. Sedangkan dalam ranah internet, istilah meme biasa dimaknai secara sempit sebagai konten yang mengutamakan unsur humor didalamnya. Sayangnya, sebagian masyarakat hingga saat ini masih beranggapan demikian. Kiki pun sempat mengatakan hal itu dalam salah satu sesi wawancara dengan peneliti:

“Aku ngerti mas tapi setahuku itu ya yang lucu-lucuan. Aku *follow* lumayan lah, Muslimah Talk, Fiqih Wanita, Sahabat Muslimah, itu yang paling *in seingetku* mas.”⁶¹

⁶⁰ Data wawancara dengan Reni pada 22 September 2019

⁶¹ Data wawancara dengan Zakiya pada 2 Nopember 2019

Kebanyakan warganet mengikuti lebih dari satu akun meme Islami sejauh ini. Kebutuhan informasi dan diferensiasi yang dilakukan oleh para pemilik akun mendorong rasa konsumtif warganet untuk selalu mencari dan mengonsumsi meme beraliran Islami. Kiki setidaknya mengikuti tiga akun yang memiliki ribuan meme dalam akunnya. Jumlah pengikutnya pun setidaknya mencapai angka ratusan ribu pengikut.

Sahabat Muslimah adalah akun yang memiliki nama pengguna @sahabatmuslimah. Saat ini akun tersebut telah memiliki lebih dari 28 ribu kiriman dan 1,4 juta pengikut. Meme Islami dalam akun ini berisi tentang ajaran-ajaran yang diambil dari hadits dan potongan ceramah para ustadz. Selain itu ada juga konten yang berisi motivasi-motivasi. Secara bahasa, pemilihan kata dan potongan video yang diunggah disana menggunakan bahasa yang formal dan tidak menyertakan unsur humor. Disamping itu meme Islami yang diunggah adalah hasil terusan dari akun lain.

Muslimah Talk memiliki nama akun @muslimah_talk dan saat ini memiliki lebih dari 7 ribu kiriman di dalamnya. Akun ini terakhir kali diperbarui memiliki 504 ribu *followers*. Kebanyakan bentuk meme Islami yang diunggah dalam akun ini adalah video potongan ceramah para ustadz. Namun disamping itu terdapat juga meme berbentuk gambar yang berisi kutipan hadits, ayat al-Quran, serta motivasi, khususnya yang berkaitan dengan wanita/muslimah. Seperti halnya akun sebelumnya, akun ini juga menggunakan redaksi formal tanpa unsur humor. Baik akun Muslimah Talk maupun Sahabat Muslimah sama-sama mengincar segmen wanita/muslimah

“Awalnya aku *tanyain* ke Faiz ini gimana, katanya oke, *ndak* masalah. Ya aku *percayain* aja mas. Aku *follow* mereka. Bagiku mereka penting mas, aku juga banyak tahu dari akun-akun itu. *Masi* sejauh ini baru dikit yang di *amalin*, minimal aku ngerti.”⁶²

⁶² Data wawancara dengan Zakiya pada 2 Nopember 2019

menyebarkan ajaran Islam. Selain itu, bagi sebagian orang, secara pribadi hal ini bernilai mencederai nilai sakral yang ada dalam proses dakwah itu sendiri.

Kendati demikian, tidak menjadikan meme Islami haram untuk disentuh. Kemudahan yang diberikan bisa dimanfaatkan untuk media komunikasi antar umat yang secara tidak langsung juga mendatangkan kebaikan bagi agama dan umat itu sendiri. Hal ini disampaikan secara tersirat dari salah satu jawaban Rian dalam sebuah sesi wawancara:

“Ya udah lama mas, sekarang udah *unfollow* tapi masih banyak di *explore*. (*urgensi meme bagi Rian*) Untuk media komunikasi juga mas. Sebab kalo meme Islami cuman untuk menyebarkan informasi masih kurang menurut saya (*perannya*).”⁶⁵

Fitur yang disediakan oleh Instagram dalam membuat dan memodifikasi akun memfasilitasi kemudahan untuk membedakan satu akun dengan yang lainnya. Jika sudah demikian maka akan lebih mudah bagi penganut ajaran Islam untuk dapat menjangkaunya, begitu pun sebaliknya. Terkait hal ini Rian mengatakan sebagaimana berikut ini:

“Iya saya dulu ikut akun-akun meme Islami gitu, tapi bukan cuman yang sebarin konten-konten dakwah mas. Soalnya di Instagram itu enaknye kita bisa milih mau ikutin akun yang seperti apa (*diferensiasinya*). Kalo udah jelas kan enak. Misalkan saya ikutin akun organisasi saya, selain buat media dakwah juga buat menyampaikan pesan komunikasi mas.”⁶⁶

Apabila kemudahan komunikasi antar penganut dan penyelenggara sudah tersedia, maka tujuan pun bisa dicapai dengan sangat mudah. Agama

⁶⁵ Data wawancara dengan Adrian pada 7 Desemberr 2019

⁶⁶ Data wawancara dengan Adrian pada 7 Desemberr 2019

Prioritas adalah hal yang penting dalam menentukan sesuatu. Pun demikian media sosial yang beragam dan memiliki kemampuan unik yang berbeda satu sama lainnya. Meski bagi sekian orang Instagram memberikan kemudahan dalam mengonsumsi jenis informasi tertentu, bagi sebagian orang yang lainnya lebih baik jika ia dapat menyimak informasi secara utuh dan kemudian akan memutuskan langkah selanjutnya sesuai dengan keinginannya sendiri. Rian menyiratkan pesan ini melalui jawabannya berikut ini:

Meme Islami adalah hal yang penting bagi agama dan perkembangannya. Ia memberikan berbagai macam kemudahan dan alternatif. Subtansi kerap menjadikan meme Islami memiliki posisi yang berbeda bagi para warganet. Bagi Rian, meme Islami yang berisi tentang ajaran agama bukan merupakan sumber informasi yang baik. Ia lebih

⁶⁸ Data wawancara dengan Adrian pada 7 Desemberr 2019

INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian

Keseluruhan proses penelitian ini menghasilkan temuan tentang religiusitas warganet muslim Surabaya yang mengonsumsi meme Islami di Instagram. Temuan tersebut berkaitan tentang darimana para warganet muslim belajar agama Islam, pertimbangan mereka dalam memilih tempat belajar Islam, bagaimana mereka memosisikan meme dalam religiusitasnya, dan jenis-jenis meme Islami yang dikonsumsi warganet muslim. Berikut ini peneliti uraikan temuan tersebut dalam beberapa bagian.

1. Latar Belakang Pendidikan Menentukan Posisi Meme Islami Dalam Religiusitas Warganet Muslim

Religiusitas memiliki banyak dimensi, berdasarkan konsep Glock dan Stark, religiusitas punya dimensi meliputi dimensi keyakinan, peribadatan, pengamalan, pengetahuan, dan terakhir adalah dimensi penghayatan. Penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, peribadatan, pengamalan, dan pengetahuan ketika seorang muslim menghadirkan salah satu atau lebih dari 4 dimensi tersebut. Sedangkan pengetahuan adalah dimensi yang memiliki peran paling mendasar, ia adalah pondasi/dasar bagi setiap dimensi lainnya.¹

¹ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 80

Pertama, tempat warganet muslim belajar ajaran agama Islam adalah pendidikan formal. Adapun yang dimaksud dengan pendidikan formal disini ialah pendidikan yang diselenggarakan dibawah naungan pemerintah, mulai dari sekolah tingkat dasar dan menengah serta pendidikan tinggi yang bernafaskan Islam.² Berdasarkan temuan data di lapangan, sekolah dan kampus adalah tempat belajar agama Islam yang banyak disebutkan. Selain itu, pendidikan formal adalah tempat belajar ajaran Islam yang dianggap dapat dipertanggungjawabkan.

Sebagai bagian dari sumber pendidikan formal yang menaungi berbagai jenis pengetahuan, pendidikan formal tidak menjamin religiusnya para peserta didik. Kendati demikian, pemerintah bersama penyelenggara tetap berusaha memberikan rancangan pendidikan agama. Sebagian orang

[illegible]

Kedua, tempat belajar agama Islam para warganet muslim ialah pendidikan nonformal, yakni tipe pendidikan yang diselenggarakan bagi masyarakat sebagai pengganti, penambah, atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat.³ Diantara contoh tempat belajar ajaran Islam jenis ini ialah majlis taklim (pengajian) dan lembaga pesantren.

Bagi subjek yang pernah merasakan belajar dan tinggal di pesantren, mereka cenderung memiliki pengetahuan agama yang luas dan secara tampilan serta cara berperilaku yang mencerminkan religiusitas. Terlihat dari bagaimana mereka bereaksi terhadap beberapa jenis informasi yang ada

³ Undang-Undang no. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 26 ayat 1

di internet, cara bertutur kata, serta bagaimana mereka berpakaian/ menampilkan diri didepan orang lain. Sedangkan bagi subjek yang meyakini bahwa pendidikan pesantren adalah sumber informasi yang kredibel, mereka cenderung memiliki pengetahuan agama yang lebih sedikit dan persepsi tersebut mereka dapatkan dari lingkungannya (baik lingkungan sosial maupun budaya) yang bernuansa pesantren.

Selanjutnya, majlis taklim adalah sumber pendidikan Islam yang dianggap penting. Meski sama-sama mengkaji tentang Islam, majlis ulama memiliki perbedaan dengan pendidikan dibawah lembaga pesantren. Pertama adalah sistem pendidikannya, pesantren lebih terstruktur dan konsisten dalam penyelenggaraannya sebab para peserta didik tinggal di satu tempat, memiliki jadwal yang sudah teratur, serta materi kajian yang sudah ditentukan oleh pihak pesantren. Sedangkan majlis taklim tidak demikian, lembaga ini biasa didapati di masjid atau tempat lain yang disepakati, kurang terstruktur dalam materi kajiannya, serta jadwal yang terkadang menyesuaikan dengan situasi serta kondisi. Kendati demikian, hal ini tidak menyurutkan pendapat bahwa majlis taklim juga merupakan salah satu sumber pendidikan Islam yang penting.

Ketiga, tempat belajar ajaran Islam warganet muslim adalah lingkungan (pendidikan informal). Lingkungan yang dimaksud disini bisa berupa lingkungan keluarga dan sosial, serta lingkungan budaya. Keluarga memegang peranan penting dalam perkembangan religiusitas anak. Sebab dibandingkan adanya batas usia dalam pendidikan formal, keluarga sudah

dapat menstimulus anak dengan ajaran-ajaran agama Islam sejak anak masih bayi. Hasil menunjukkan bahwa ketika keluarga tidak berperan mendidik anak dalam hal agama ketika kecil, saat sang anak tumbuh mereka cenderung kurang paham dengan materi-materi ke-Islaman dibandingkan anak yang dididik oleh keluarga sejak kecil.

Selanjutnya adalah lingkungan sosial dan budaya, yang berperan ketika anak bersosialisasi diluar lingkup keluarga. Adapun yang termasuk didalamnya adalah teman dalam satu pergaulan dan kondisi religiusitas masyarakat yang tinggal di sekelilingnya. Pengetahuan Islam seorang individu yang tidak didukung oleh keluarga, masih bisa dibantu dengan hadirnya lingkungan sosial yang baik. Selain belajar dari apa yang dikatakan secara verbal oleh orang-orang disekitarnya, individu juga dapat belajar melalui observasi terhadap lingkungan sekitarnya. Oleh sebab itu, meski tidak diajarkan secara langsung, anak dapat dicontohkan untuk sholat dengan sering diajak pergi ke masjid. Individu/anak dapat belajar dengan mengamati bagaimana kebiasaan dan kegiatan berlangsung di sekitarnya.

Tempat belajar ajaran Islam terakhir dari temuan riset ini adalah internet, yakni media baru yang punya kelebihan dapat mentransmisikan data digital dalam waktu yang singkat serta dalam jumlah yang besar. Internet menjadi Tempat belajar ajaran Islam melalui berbagai jenis media sosialnya. Internet bisa diakses oleh siapapun yang memiliki infrastruktur serta kemampuan operasi yang mumpuni. Kondisi ini menjadi kelebihan sekaligus kekurangan dari internet sebagai sumber informasi. Ketika

kredibilitas sumber dapat dipastikan, maka internet adalah Tempat belajar ajaran Islam yang sangat efektif sebab kecepatan dan kemudahan aksesnya. Namun ketika sumber tidak dapat dipastikan kredibilitasnya, maka ajaran Islam yang disampaikan melaluinya akan sangat rentan sekali. Sebab ajaran agama merupakan hal yang sensitif, ketika ada miskomunikasi maka konsumen informasi itu akan terjerumus dalam kesesatan.

Internet bagi sebagian orang adalah Tempat belajar ajaran Islam yang penting, media sosial yang masif diakses oleh warganet serta menyediakan banyak jenis informasi memberikan banyak kemudahan. Internet berperan penting dalam proses digitalisasi dakwah. Apabila dahulu dakwah banyak dilakukan secara tatap muka dalam forum tertentu dan dilakukan terhadap audien yang terbatas, dengan hadirnya internet menjadikan dakwah bisa dilakukan secara terbuka di dunia maya dan bisa menjangkau audien yang bahkan sebelumnya tidak terbayangkan, serta tidak terbatas waktu sebab data digital bersifat *online* yang bisa diakses kapan pun.

Agama sebagai meme dapat menyebar dalam internet dalam berbagai wujud seperti teks, gambar, atau video dengan ukuran dan durasi yang bermacam-macam. Youtube adalah *platform* media sosial yang sering disebut sebab ia dapat menyampaikan rekaman dakwah dalam durasi yang panjang. Sedangkan Instagram memberikan kemudahan bagi para konsumen meme dalam memilih dan mengonsumsi jenis meme tertentu.

Selanjutnya, perspektif dan bekal pengetahuan Islam yang berbeda-beda dari setiap warganet ketika mengonsumsi meme menjadikannya punya berbagai posisi yang berbeda. Keseluruhan proses penelitian ini menemukan adanya beberapa posisi meme Islami dalam kehidupan keberagamaan warganet muslim yang mengonsumsinya. Peneliti akan menguraikannya dalam dua klasifikasi, (1) meme Islami sebagai pembawa ajaran Islam; (2) meme Islami sebagai hal yang digunakan untuk menyebarkan Islam.

[illegible]

b. Meme Islami sebagai pengingat

Meme Islami yang dapat dikonsumsi dengan mudah serta sumbernya yang beragam dalam media sosial adalah salah satu hal yang dianggap mampu berperan sebagai pengingat ajaran agama yang mungkin dilupakan. Kondisi ini bisa terjadi ketika sebelumnya seseorang sudah memiliki bekal pengetahuan yang luas tentang agama. Pada peran ini meme dapat dikatakan punya pengaruh dalam tingkat sedang. Ia terbilang penting karena mengingatkan konsumennya akan suatu hal, namun juga tidak pada posisi yang sampai merubah kadar religiusitas seseorang. Peran ini sempat disinggung oleh beberapa informan yang pernah mengenyam pendidikan pesantren. Seperti yang telah diketahui pada umumnya, pesantren adalah tempat yang memang dikenal spesialisasinya dalam

c. Meme Islami sebagai tempat belajar ajaran

Bentuk meme yang dibuat secara serius dapat memberikan efek yang besar bagi konsumennya. Bagi sebagian orang meme Islami yang beredar di Instagram turut berperan dalam menambah pengetahuan Islam mereka. Sehingga sedikit banyak juga akan memengaruhi dimensi religiusitas lainnya. Kondisi ini biasa berlaku bagi warganet yang pengetahuan agamanya cenderung sedikit, dengan kata lain latar belakang pendidikan mereka cenderung mengarah pada

Selanjutnya adalah meme Islami sebagai hal yang digunakan untuk menyebarkan Islam, pada posisi ini meme memiliki peran sebagai alat bagi para konsumennya. Pada posisi ini meme Islami mempunyai beberapa fungsi, salah satunya adalah sebagai media dakwah dan sebagai media komunikasi.

Sejauh ini posisi meme banyak diungkapkan dalam perspektif warganet sebagai konsumen meme Islami, namun bagi orang-orang cermat yang pandai dalam melihat peluang meme bisa diposisikan sebagai media dakwah baginya. Pada dasarnya dakwah adalah kegiatan menyebarkan ajaran agama Islam. Dakwah adalah kegiatan yang bernilai ibadah dan bersifat wajib bagi muslim, hal ini sebagaimana diperintahkan dalam al-Quran:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imron ayat 104)

Meme Islami sebagai salah satu tren saat ini menjadikan ia media dakwah yang efektif untuk menjangkau audien kaum-kaum milenial. Kondisi ini menjadikan meme Islami sebagai salah satu alternatif dakwah. Kemudahan dan biaya akomodasi yang relatif tidak ada menjadikan dakwah dalam internet adalah solusi yang tepat, untuk dapat mencapai posisi itu seorang warganet harus memiliki beberapa hal termasuk latar belakang pendidikan Islam yang kuat serta kemampuan yang mumpuni untuk mengoperasikan teknologi yang ada.

[illegible]

b. Meme islami sebagai media komunikasi

Pada posisi ini meme yang berperan sebagai objek religiusitas lebih mengarah kepada akun yang menyebarkannya. Berdasarkan pengamatan peneliti, praktek ini banyak dijumpai di akun-akun media sosial, sebagian adalah praktek menyebarkan informasi tentang adanya forum kajian Islam secara *offline* (undangan terbuka) namun tidak jarang pula untuk menyampaikan pesan bantuan dari satu muslim untuk muslim lainnya. Hal ini sebenarnya juga sebagai bentuk pengamalan dari perintah Allah SWT dalam al-Quran surat al-Maidah ayat 2:

Organisasi Islam yang memiliki jumlah masif kerap berkomunikasi dengan para pengikutnya menggunakan media sosial. Tidak sekedar media untuk menyampaikan ajaran Islam yang sesuai dengan nafas dan pahamnya, akun mereka juga kerap digunakan untuk membangun interaksi dan melakukan konsolidasi secara massal dengan para pengikutnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial Instagram dapat menyampaikan satu informasi dengan sekejap ke berbagai penjuru dunia selama ada akses internet.

[illegible]

2. Warganet Muslim Memerhatikan Kondisi dan Tipe Meme Islami Dalam Memberikan Posisi

Penelitian ini menemukan bahwa warganet muslim mempertimbangkan aspek kondisi dan Jenis-jenis meme dalam memberikan posisi yang berbeda dalam religiusitasnya. Kondisi disini mengacu pada atribut yang melekat pada meme sebagai pembawa pengetahuan Islam, sedangkan jenis-jenis meme adalah pembagian tipe meme yang ditemui peneliti selama proses penelitian berlangsung. Berikut ini akan penulis jabarkan secara berurut mulai kondisi, jenis-jenis meme, dan posisinya dalam religiusitas warganet..

Sumber informasi adalah salah satu elemen penting dalam pengetahuan seseorang. Pemilihan sumber informasi turut menentukan informasi yang didapatkan. Salah satu bentuk religiusitas seseorang adalah pengetahuan terhadap ajaran-ajaran agamanya. Pemilihan tempat belajar ajaran agama, termasuk Islam, yang salah dapat menuntun individu dalam kesesatan. Sehingga untuk menanggulangi hal ini perlu ada pemilihan dan kriteria bagi tempat belajar. Riset ini menemukan bahwa warganet muslim Surabaya yang mengonsumsi meme memiliki beberapa pertimbangan dalam memilih sumber ajaran Islam mereka.

Pertama, kredibilitas adalah hal pertama yang harus diperhatikan dalam memilih tempat belajar Islam. Kredibilitas disini terbagi atas dua jenis yakni kredibilitas sumber dan kredibilitas informasi. Kredibilitas sumber disini adalah kualitas atau kapabilitas seorang yang menyampaikan

Diketahui akun meme Islami yang beredar bisa dibuat oleh siapapun. Akun meme Islami yang dibuat atau dijamin kepemilikannya oleh sebuah organisasi atau perorangan (akun *official*) lebih dapat dipercayai dan dipertanggungjawabkan. Salah satunya adalah NU Online yang pengelolaannya berada dibawah naungan organisasi Nahdlatul Ulama. Akun yang demikian (akun resmi/*official*) biasa ditandai dengan adanya centang warna biru disamping nama akun.



Selanjutnya adalah kredibilitas informasi, yakni berhubungan dengan kualitas dan kapabilitas yang melekat pada informasi itu. Dalam konteks meme Islami, kredibilitas informasi biasa dikonfirmasi oleh komentar yang ada dalam kolom komentar unggahan meme. Selain itu jumlah *like* juga bisa

Diferensiasi ini memudahkan bagi seseorang yang hanya mengonsumsi informasi/pengetahuan yang spesifik. Setiap *platform* media sosial memiliki perbedaan fitur yang menjadikannya punya kemudahan yang berbeda-beda, satu *platform* punya kemudahan pada aspek yang dianggap rumit pada *platform* lainnya. Hal ini menjadikan para warganet memiliki preferensi masing-masing dalam memilih media sosial juga. Mereka cenderung memilih media sosial yang dianggap dapat memenuhi preferensinya dengan mudah.

[illegible]

ideologi disini untuk mewakili pernyataan bahwa warganet juga mempertimbangkan golongan, persepsi, atau ideologi yang disajikan dalam meme Islami, apakah sesuai atau sejalan dengan dirinya atau tidak. Hasil studi menunjukkan bahwa para informan yang mengaku beraliran paham Nahdlatul Ulama' cenderung menghindari meme yang sifatnya tidak toleran, menghakimi, dan mengarah pada ajakan untuk membenci.

Sifat para warganet dalam berinteraksi di media sosial adalah memilih, bukan melawan. Ketika ia dihadapkan pada sebuah konten yang tidak sesuai dengan pemikirannya, ia akan menghindarinya dan mencari konten lain yang sesuai dan ingin ia konsumsi. Mereka sadar bahwa melawan bukan tindakan yang tepat, sebab yang mereka inginkan adalah informasi/pengetahuan baru, bukan konflik baru. Selain itu, hal ini sejalan dengan pandangan bahwa internet adalah tempat terbuka untuk berpendapat. Melawan berarti berusaha menghalangi prinsip keterbukaan tersebut.

Selanjutnya, pertimbangan terakhir dalam memilih tempat belajar Islam ialah hasil. Cara pemasaran terbaik ialah dengan menampilkan hasil. Begitu juga dengan pemilihan religiusitas, seseorang akan cenderung memilih tempat belajar agama Islam yang sudah nyata hasilnya. Pernyataan ini mewakili temuan data yang mengatakan salah satu motivasi orang tua dalam memilih sekolah/pesantren/tempat mengaji untuk anaknya adalah ketika mereka melihat anak lain yang nampak religius ketika sudah lulus atau sedang dalam masa pendidikan. Meskipun tidak akan menjamin adanya

hasil yang sama, kondisi ini menjadi dorongan bagi sebagian orang untuk melakukan proses yang sama.

Meme adalah apapun yang dapat menyebar dari satu pikiran kepada pikiran yang lain melalui proses meniru (imitasi). Riset ini menggunakan kata meme sebab ia sering digunakan dalam menyebut sesuatu yang *viral* melalui internet (*internet meme*). selain itu kata ini digunakan sebab ia juga masih memiliki kaitan konsep dengan gagasan awal yang dicetuskan oleh Dawkins. Pada konsep dasar yang digagas oleh Dawkins dan diteruskan oleh ahli lainnya seperti Sperber dan Blackmore meme sering dikategorikan berdasarkan kemampuannya untuk bertahan dan menyebar secara luas, sehingga yang dihasilkan ialah jenis meme yang *viral* atau meme yang gagal menyebar, baik secara objektif maupun secara umum.

Sejauh ini peneliti tidak dapat menemukan konsep yang mengklasifikasi meme secara operasional, terutama pada segmen meme Islami. Oleh sebabnya, peneliti perlu memberikan klasifikasi terhadap meme Islami yang dikonsumsi warganet muslim. Hal ini juga dianggap dapat membantu peneliti dalam melihat pola dan keterkaitan antara jenis meme dengan religiusitas individu.

a. Berdasarkan Bentuk Meme

Meme bisa berupa apapun secara substansinya, dalam konteks meme Islami ia bisa berupa petunjuk, perintah, larangan atau teladan. Namun melalui riset ini, peneliti menemukan bahwa meme yang

demikian itu ketika menyebar melalui internet (khususnya Instagram), ia akan menyebar dalam bentuk gambar (*image*) atau video (*video*).

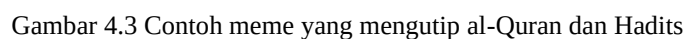
Gambar (*image*) disini yang dimaksud ialah komposisi grafik yang tidak bergerak. Meme yang menyebar dalam bentuk gambar biasa memiliki struktur yang terdiri atas teks dan ilustrasi. Teks dalam gambar berperan sebagai inti meme dengan memuat ajaran Islam yang ingin disebarkan, sedangkan gambar ilustrasi biasa bersifat tematik dan berfungsi sebagai pendukung untuk menekan ‘tombol-tombol’ (emosi) manusia. Meme dalam jenis ini biasa memiliki ekstensi file JPG, JPEG, PNG, atau format *image* lainnya.

Video adalah bentuk meme yang komposisinya sama dengan meme gambar, yakni grafik teks dan gambar, namun kelebihanannya ialah ia dapat bergerak. Selain itu, meme video juga dapat menyertakan audio didalamnya. Instagram membatasi video yang dapat diunggah sebagai *post* selama 60 detik, sedangkan bila diunggah dalam IGTV maka durasi bisa lebih dari itu. secara visual, meme video dapat dibedakan dari meme gambar dengan melihat adanya tombol putar (*play*) berbentuk segitiga atau simbol kamera di sudut.

Adapun kelebihanannya dibanding meme gambar, (1) meme video menstimulus lebih banyak indera, jika gambar hanya mengandalkan visual yang merangsang mata, maka meme video yang bersifat audio-visual merangsang indera penglihatan dan pendengaran sekaligus, semakin banyak indera yang dapat dicapai maka semakin besar pula peluang untuk dapat menekan ‘tombol’ para konsumen; (2) meme video yang dapat bergerak tidak akan terlalu terpaku pada teks sebagai media menyampaikan ajaran Islam, para kreator bisa membuat ilustrasi dengan se-kreatif mungkin serta menggunakan teks dan audio sebagai media pendukung.

Poin yang membedakan meme Islami dengan meme pada umumnya adalah diferensiasi pada substansi/konten yang diusung, yakni ajaran agama Islam. Berdasarkan pada data yang didapatkan peneliti dari lapangan, substansi/konten meme Islami dapat dibagi

Meme Islami yang mengambil potongan ayat al-Quran atau hadits biasa menampilkan redaksi asli ayat dan hadits dan kemudian disertai dengan terjemahnya dalam bahasa Indonesia. Meme jenis ini mengandalkan kemurnian yang terdapat dalam ayat dan hadits tersebut, tidak ada campur tangan persepsi atau penafsiran dari siapapun. Sifatnya yang ‘mentah’ menjadikan meme ini memiliki kredibilitas tinggi mengingat al-Quran dan hadits Nabi Muhammad SAW adalah sumber utama ajaran-ajaran Islam. Kekurangannya ialah ketika seseorang gagal memahami dan menafsirkannya baik secara teks maupun konteksnya.

[illegible]

Gambar 4.4 Contoh meme yang berisi kutipan (*quotes*) dari ulama

[illegible]

c. Berdasarkan Redaksi Meme Islami

Meme humor berarti ia menggunakan unsur humor dalam penyampaian pesannya. Humor adalah tindakan untuk menghadirkan

Secara umum, humor bisa dikategorikan dalam 7 jenis meliputi perbandingan, perumpamaan, hiperbol, permainan kata, sarkasme, kedunguan, dan kejutan.⁵ Meme jenis ini memiliki kelebihan dimana ia bisa masuk ke berbagai kalangan sebab ia tidak mencerminkan kecenderungan pandangan. Meski bagi sebagian orang lainnya, humor dalam hal agama dianggap meremehkan nilai-nilai dalam agama itu sendiri.

⁵ Ibid.

Kemudian, kebalikan dari meme humor, meme non-humor justru menyampaikan pesan secara serius dengan menggunakan bahasa yang formal dan tidak menyelipkan unsur-unsur yang mengundang tawa. Meme jenis ini lebih fokus menyentuh tombol pemahaman, haru, atau iba seseorang daripada tombol senang atau tawanya. Dibandingkan dengan meme humor, meme non-humor memiliki lebih banyak menyampaikan ajaran Islam secara konkret, sedangkan meme humor lebih sering menyampaikannya secara tersirat.

[illegible]

Teori Kognitif Sosial

⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 98

Teori ini memahami bahwa imitasi/identifikasi terjadi akibat dari adanya 3 proses lainnya. Ketiganya meliputi proses pengamatan, efek larangan, dan efek perintah. Pengamatan (*observational learning*) ialah proses ketika seseorang mengamati perilaku/tindakan. Selama proses ini seseorang akan melakukan *modelling* dimana ia berusaha mengulangi kembali tindakan yang akan ditiru dengan (1) memperhatikan, (2) mengingat, (3) mereproduksi tindakan, (4) membangun motivasi. Sedangkan efek larangan dan perintah akan muncul ketika proses pengamatan berlangsung dan beranjak menghasilkan *output*.

⁷ Stanley Baran, *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture*, (Mayfield Publishing Company, 2001), hlm 329

Berdasarkan pada penjelasan konsep diatas, warganet muslim memiliki sebagai subjek yang melakukan tindakan (meniru). Tindakan yang ditiru n riset ini adalah ajaran Islam yang terdapat dalam meme Islami di Instagram. kan dan ajaran agama pada dasarnya adalah hal yang berbeda, ajaran bisa a pengetahuan maupun pemahaman, namun dalam satu konteks ajaran a berisi perintah untu melakukan suatu tindakan. Selain itu, pengetahuan

[illegible]

dalam konteks ini juga bisa dimaknai sebagai perintah untuk mempercayainya atau menolaknya pula.

Proses imitasi adalah tindakan meniru sesuatu tanpa merubahnya. Artinya individu menirukan sama persis dengan apa yang ia lihat. Konsep imitasi disini adalah perilaku mengamini, atau melakukan ajaran agama yang terkandung meme Islami. Ketika meme tersebut berisi informasi, maka bagaimana respon internal individu terhadapnya, begitu pula ketika meme tersebut berisi ajaran tentang praktek/ritual religius, maka apakah ia menerima dan melakukan apa yang terkandung didalamnya.

Identifikasi adalah meniru secara kontekstual, artinya ia memang terinspirasi dari suatu tindakan namun mewujudkannya dalam bentuk lain yang secara konteks sama. Posisi ini diisi oleh meme Islami yang sifatnya adalah keteladanan dalam bersikap atau kutipan ulama dan motivasi. Sebab ketika berkaitan dengan dimensi praktek maka alternatifnya hanya apakah menerima atau menolak. Islam mempercayai bahwa dalam hal praktek ibadah/ritual, tuntunan yang diberikan tidak dapat didebat kembali.

Efek larangan atau suruhan adalah proses yang lahir dari pengamatan, proses ini menghasilkan imitasi atau identifikasi yang sebelumnya telah dibahas. Efek larangan dan suruhan berkaitan dengan kondisi mental individu ketika ia dihadapkan dengan data pengamatan. Efek larangan dan suruhan dalam konteks riset ini adalah tindakan untuk menerima/menolak ajaran agama dari meme Islami. Hasil dari proses ini bukanlah *output* akhir dari keseluruhan proses, ia

Proses terdalam atau bisa dibilang sebagai akar dari keseluruhan alur ini adalah proses mengamati, atau dalam istilah lain disebut juga pengamatan (*observational learning*). Pada proses ini subjek proses melakukan kegiatan melihat, mempelajari, mengamati, atau padanan kata lainnya yang bermakna serupa. Pada konteks riset ini, kegiatan pengamatan dilakukan oleh warganet muslim terhadap meme Islami. Proses pengamatan bisa dilakukan terhadap struktur, konten, atau kesan yang dibawa oleh meme Islami. Selanjutnya adalah proses *modelling*, ia masih berada dalam wilayah proses pengamatan, namun memiliki serangkaian proses lainnya tersendiri. Proses *modelling* meliputi kegiatan untuk melihat, mengingat, mereproduksi tindakan, dan membangun motivasi berdasarkan tindakan itu. Warganet muslim konsumen meme melakukan proses *modelling* pada objek berupa meme Islami. Ia mengamati berbagai atribut yang menempel pada meme itu, kemudian ia menyimpannya dalam ingatan untuk kemudian digunakan sebagai acuan dalam menilai ajaran-ajaran yang masih berkaitan dengannya, kemudian ia akan mereproduksi ajaran Islam dari dalamnya, serta kemudian akan membentuk motivasi internal berdasarkan pada meme tersebut. Motivasi dibangun untuk meningkatkan semangat dan peluang berhasil serta konsistensi dalam melaksanakan ajaran Islam yang ditiru dari meme.

[illegible]

lingkungan sekitarnya. Hal ini memungkinkan manusia untuk mengambil berbagai tindakan yang didasari oleh simbol yang dipelajarinya melalui kemampuan kognisinya. Manusia memiliki kemampuan simbolisasi yang berbeda-beda. Warganet pun dalam memahami meme Islami perlu nalar dan kemampuan dalam memahami simbolisasi yang digunakan dalam meme. Riset ini menemukan bahwa meme memiliki berbagai macam jenis dan cara dalam mengemas pesan Islam yang disampaikan. Kondisi ini menjadikan transmisi pesan tidak menjamin keberhasilan mutlak. Sebab dengan kemampuan simbolisasi warganet muslim yang beragam, maka peluang untuk gagal pun ada.

Manusia juga dibekali kemampuan untuk mengatur diri (*self-regulatory capacity*). Mereka bisa menyusun motivasi dan mengarahkan diri mereka untuk mencapai tujuan tertentu. Warganet muslim pun, dalam mencari sumber-sumber religiusitas mereka mampu mengatur motivasi dan mengarahkan diri kepada hal-hal yang dapat membawa mereka menuju arah religius. Selain itu, mereka juga memiliki kapasitas untuk mengoreksi apakah diri mereka benar ataukah salah. Berdasarkan pada konteks riset ini, ketika mengonsumsi meme dan mendapat pengetahuan baru warganet mengoreksi diri dengan cara melihat apakah yang telah dia lakukan sudah sesuai dengan apa yang dia peroleh dari meme, apakah meme yang dilihatnya sudah benar berdasarkan contoh orang-orang di lingkungannya, serta dengan menggunakan bekal rasionalitasnya untuk mengukur apakah ajaran dalam meme yang ia konsumsi masuk akal dan terasa logis baginya.

Adapun keseluruhan konsep kunci yang ada dalam teori ini adalah untuk menjelaskan proses-proses yang dialami manusia ketika ia menunjukkan sebuah

an kekuatan yang tidak selalu sama. Hubungannya
na dalam bagan berikut ini:

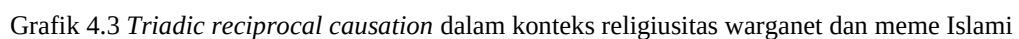
Grafik 4.2 *Triadic reciprocal causation* dalam teori Kognitif Sosial

Ketika disesuaikan dengan konteks penelitian ini, maka karakter personal ditempati sifat masing-masing individu. Karakter pribadi masing-masing warganet mengandung prinsip-prinsip yang mendasari kemampuan belajarnya, didalamnya termasuk kemampuan simbolisasi (*symbolizing*), kemampuan belajar dari pengalaman orang lain, kemampuan mengatur diri (*self-regulatory capacity*), dan

Kemudian perilaku adalah titik yang ditempati oleh keadaan religiusitas warganet, yakni dimensi pengetahuan, khususnya pengetahuan tentang agama Islam. Posisi ini memengaruhi warganet untuk melakukan proses *modelling* meliputi proses memerhatikan (*observe*), mengingat, mereproduksi, dan menentukan motivasi dalam diri warganet.

The diagram illustrates the conceptual model with two central nodes: **Religiusitas** and **Meme Islami**. These nodes are connected by two horizontal dashed arrows pointing in opposite directions. Surrounding these central nodes are four dashed boxes containing descriptive text:

- Top-left: Religiusitas turut memengaruhi penilaian warganet pada dirinya sendiri
- Top-right: Meme Islami memberi pengaruh pada diri warganet
- Bottom-left: Religiusitas warganet menimbulkan reaksi pada meme Islami
- Bottom-right: Meme Islami yang dikonsumsi mendorong untuk mendapat posisi dalam religiusitas

[illegible]

contoh posisi yang saling berjauhan, yakni meme sebagai media hiburan seperti yang diungkapkan Ali dan meme sebagai media belajar sebagaimana diungkapkan Kiki.

Ali berada pada posisi dimana ia memiliki bekal pengetahuan yang tinggi dari latar belakang pendidikan pesantrennya. Oleh sebab itu ia memiliki penilaian yang tinggi terhadap informasi yang terkait religiusitas. Ketika Ali dihadapkan pada meme Islami, pastinya akan ada pengaruh yang mencoba untuk masuk kepada Ali. Namun ketika meme Islami itu dihadapkan pada fakta bahwa Ali memiliki pengetahuan yang lebih luas, ia kemudian memproses kondisi ini dengan karakter pribadi yang ia miliki sehingga kemudian ia memosisikan meme sebagai media hiburan saja. Hal ini disebabkan oleh karena pengetahuan religiusitas Ali ada pada posisi hegemoni dibandingkan dengan informasi yang masuk melalui meme Islami tersebut.

Hal ini juga berlaku bagi Kiki yang tidak memiliki bekal pengetahuan religius seperti Ali, namun ia memiliki motivasi dan mengarahkan dirinya untuk mempelajari agama Islam. Oleh sebabnya ketika dihadapkan pada meme Islami, religiusitasnya tidak ada pada posisi yang lebih tinggi. Oleh karenanya meme Islami ada pada posisi hegemoni dan diposisikan oleh Kiki sebagai media belajar yang penting baginya.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa pada data riset tentang dari mana warganet muslim mendapatkan ajaran Islam dan bagaimana mereka memosisikan meme Islami dalam religiusitasnya menggunakan teori kognitif sosial Albert Bandura, berikut ini adalah poin-poin kesimpulan yang dapat peneliti paparkan:

1. Warganet muslim konsumen meme Islami mendapatkan ajaran Islam setidaknya dari beberapa kelompok diantaranya, *pertama*, pendidikan formal, meliputi tingkat sekolah dasar hingga menengah, serta pendidikan tinggi setingkat sekolah tinggi atau universitas. *Kedua*, pendidikan non-formal, yakni pendidikan yang diselenggarakan oleh masyarakat sebagai pengganti, penambah, atau pelengkap pendidikan formal, meliputi lembaga pesantren dan majlis taklim. *Ketiga*, lingkungan, baik itu lingkungan keluarga, sosial, maupun budaya. *Keempat*, warganet muslim mendapatkan ajaran Islam dari internet.
2. Warganet Islam memosisikan meme Islami dalam religiusitasnya setidaknya dalam 2 kelompok, *pertama*, meme Islami sebagai pembawa ajaran Islam dimana meme dianggap berperan sebagai media yang membawa ajaran Islam bagi konsumennya. Pada kelompok ini meme Islami diposisikan sebagai hiburan, sebagai pengingat (*reminder*), dan sebagai media belajar ajaran Islam. *Kedua*, meme Islami sebagai hal

1. Tempat dan media belajar ajaran Islam sangat bermacam-macam bentuknya. Ditambah dengan berkembangnya teknologi komunikasi yang memudahkan akses informasi, maka sudah seharusnya masyarakat lebih waspada lagi dalam menyaring dan mengonsumsi informasi yang masuk, terutama yang berkaitan dengan ajaran agama Islam, supaya tidak terjerumus mengonsumsi ajaran yang salah.
2. Memosisikan meme Islami yang sedang *viral* di media sosial sebagai media belajar bukanlah hal yang dilarang. Sebab itu juga merupakan salah satu bentuk inovasi dalam menyebarkan ajaran Islam. Namun perlu diperhatikan beberapa hal termasuk kredibilitas akun dan informasi yang disebarkan.
3. Menggunakan meme sebagai media berdakwah adalah inovasi yang brilian mengingat popularitasnya saat ini. Namun perlu diperhatikan kecermatan dalam membungkus pesan dan proses simplifikasi pesan agar tidak ada miskomunikasi yang bisa berujung pada kriminalisasi.

B. Saran

berikut ini:

1. Tempat dan media belajar ajaran Islam sangat bermacam-macam bentuknya. Ditambah dengan berkembangnya teknologi komunikasi yang memudahkan akses informasi, maka sudah seharusnya masyarakat lebih waspada lagi dalam menyaring dan mengonsumsi informasi yang masuk, terutama yang berkaitan dengan ajaran agama Islam, supaya tidak terjerumus mengonsumsi ajaran yang salah.
2. Memosisikan meme Islami yang sedang *viral* di media sosial sebagai media belajar bukanlah hal yang dilarang. Sebab itu juga merupakan salah satu bentuk inovasi dalam menyebarkan ajaran Islam. Namun perlu diperhatikan beberapa hal termasuk kredibilitas akun dan informasi yang disebar.
3. Menggunakan meme sebagai media berdakwah adalah inovasi yang brilian mengingat popularitasnya saat ini. Namun perlu diperhatikan kecermatan dalam membungkus pesan dan proses simplifikasi pesan agar tidak ada miskomunikasi yang bisa berujung pada kriminalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Amin. 1999. *Studi Agama: Normativitas atau Historisitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar,
- Allport, Gordon W. dan Ross, J. Michael. 1967. *Personal Religious Orientation and Prejudice, Journal of Personality and Social Psychology Vol. 5 No. 4*. Harvard: Harvard University.
- Ancok, Djamaludin dan Suroso, Fuat Nashori. 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro & Bambang. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Cetakan Pertama.
- Arifianti, Widya. 2015. *If You Know What Happened in MCI*. Jakarta: Loveable.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bandura, Albert. 1986. *Social Foundation of Thoughts and Actions, A Social Cognitive Theory*. Enginewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Baran, Stanley. 2001. *Introduction to Mass Communication, Media Literacy and Culture*. Boston, California City, CA: Mayfield Publishing Company.
- Barker, Chris. 2006. *Cultural Stadies: Teori & Praktik* Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Bauchhage, Christian. 2011. *Insights into Internet Memes*, dalam Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social. ____:____.
- Berker, Thomas. 2006. *Domestication of Media and Technology*. Berkshire: Open University Press
- Blackmore, Susan. 1999. *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press.
- Boyd, Danah. 2007. *Why Youth (heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*, dalam D. Buckingham (Ed.), *McArthur Foundation Series of Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: MIT Press.

- Koenig, Harold. 2009. *Religion and mental health: evidence for an association*. Dalam *International Review of Psychiatry*. 13. 67-78. 10.1080/09540260124661
- Klapper, Joseph. 1960. *The Effect of Mass Communication*. Glencoe III, Free Press.
- Kriyantono. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana perdana media group.
- Laksana, Nur Chandra. 2018. *Ini Jumlah Total Pengguna Media Sosial di Indonesia*, Diakses dari <https://techno.okezone.com/> pada 4 September 2018.
- Lenski, Gerhard E. 1961. *The Religious Factor*. Garden City, New York: Doubleday
- LittleJohn, Stephen W. 2014. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Lister, Martin, dkk. 2009. *New Media; A critical introduction*. New York: Routledge.
- Logan, Robert K. 2010. *Understanding New Media*. New York: Peter Lang.
- Manning, Jimmie. 2014. *Social Media, Definition and Classes of*, Dalam K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of Social and Politics*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Mayfield, Antony. _____. *What is Social Media?*, e-Book diakses dari <http://iCrossing.co.uk>
- McLuhan, Marshall. 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic*, Toronto: University of Toronto Press.
- Morrisan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mustajab, M Latiful Hanan. 2018. *Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya tentang Meme Islam di Media Sosial*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Media Baru dan Potensi Terorisme Virtual*, dalam *Jurnal EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial* Vol. 1 No. 1, Juni 2012

- Uchenna, Daniel Ani, et. al. 2015. *Internet Capabilities for Effective Learning and Research*, dalam Journal of Innovation and Scientific Research Vol. 13 No. 1. Lokoja, Nigeria: Federal University Lokoja.
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society*, Edisi Kedua. London: Sage Publications.
- Wuryanta, Eka Wenats. 2004. *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*. dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 2. Jakarta: U.K. Atma Jaya.

Websites

<https://help.instagram.com/424737657584573> diakses pada 11 Juli 2019

<https://instagram-press.com/our-story/> diakses pada 7 Nopember 2019

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/> diakses pada 22 Nopember 2019

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2019/02> diakses pada Agustus 2019