

## **BAB III**

### **KAJIAN POKOK BAHASAN**

#### **A. konsep meme sebagai media dakwah**

Meme adalah unit budaya yang tersebar luas, berupa ide, gagasan, atau pola perilaku yang dapat ditransmisikan dari satu individu ke individu lainnya melalui imitasi, biasanya dengan modifikasi. Dalam konteks digital, meme seringkali mengacu pada gambar, teks, atau video yang disebarluaskan secara luas di internet dan seringkali memiliki unsur humor, satir, atau pesan yang disampaikan dengan cara yang singkat dan mudah diingat.

Karakteristik meme dalam dakwah termasuk:

##### **1. Keterbacaan**

Meme dakwah umumnya memiliki pesan yang mudah dipahami dan diingat. Mereka biasanya menggunakan bahasa yang sederhana dan langsung, sehingga dapat dengan cepat diserap oleh audiens.

##### **2. Kreativitas**

Meme dakwah seringkali menggabungkan unsur kreativitas dalam penyampaian pesan. Mereka bisa menggunakan gambar-gambar lucu, teks-teks singkat yang menarik, atau bahkan meme-meme yang memanfaatkan tren atau referensi populer.

##### **3. Relevansi**

Meme dakwah berusaha untuk tetap relevan dengan isu-isu dan peristiwa-peristiwa terkini dalam masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan dalam meme harus sesuai dengan konteks waktu dan tempat, sehingga dapat diterima dengan baik oleh audiens.<sup>40</sup>

#### 4. Humor atau Kesan Emosional

Beberapa meme dakwah menggunakan humor atau kesan emosional untuk menarik perhatian audiens. Hal ini membantu memperkuat pesan yang disampaikan dan membuatnya lebih mudah diingat oleh pemirsa.

#### 5. Jangkauan dan Dampak

Meme dakwah memiliki potensi untuk mencapai audiens yang lebih luas melalui berbagai platform media sosial dan situs-situs berbagi konten. Mereka dapat dengan cepat menyebar dan mempengaruhi pemikiran dan sikap orang-orang terhadap isu-isu keagamaan atau moral.<sup>41</sup>

Ada beberapa alasan mengapa meme dianggap sebagai alat yang efektif dalam menyampaikan dakwah:

##### 1. Daya Tarik Visual dan Emosional

Meme memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dengan cepat melalui penggunaan gambar, teks, dan unsur-unsur visual lainnya. Mereka juga

---

<sup>40</sup> Milner, R. M. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. MIT Press.

<sup>41</sup> Saleem, H., & Anwar, M. (2020). Role of Social Media in Preaching Islam. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 321-324.

dapat menghasilkan reaksi emosional dari pemirsa, seperti humor atau simpati, yang memperkuat kesan pesan yang disampaikan.

## 2. Keterlibatan yang Tinggi

Penelitian telah menunjukkan bahwa konten yang mengandung meme cenderung memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi di media sosial daripada konten lainnya. Meme dapat mendorong interaksi, pembagian, dan komentar dari pengguna, sehingga memperluas jangkauan pesan dakwah.

## 3. Kemampuan untuk Menjangkau Generasi Muda

Generasi muda cenderung lebih akrab dengan budaya meme dan media sosial. Dengan menggunakan meme sebagai alat dakwah, pesan-pesan agama dapat lebih mudah dicerna dan diterima oleh audiens yang lebih muda, yang memiliki akses dan terhubung secara luas dengan platform-platform digital.

## 4. Kesederhanaan dan Kejelasan Pesan

Meme umumnya menggunakan bahasa yang sederhana dan langsung, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens. Kesederhanaan ini membantu memperkuat efektivitas dakwah dalam menyampaikan pesan agama atau moral.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Saleem, H., & Anwar, M. (2020). Role of Social Media in Preaching Islam. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 321-324.

## **B. Teori Logika Penyusunan Pesan**

Barbara O'Keefe adalah seorang ahli komunikasi yang telah berkontribusi dalam pengembangan teori-teori komunikasi. Salah satu kontribusinya adalah dalam bidang logika penyusunan pesan. O'Keefe mengembangkan teori tentang "logika argumentasi praktis" yang menekankan pentingnya konteks, tujuan, dan audiens dalam penyusunan pesan yang efektif. Berikut adalah penjelasan tentang teori logika penyusunan pesan menurut Barbara O'Keefe:

### **1. Konteks dan Tujuan Komunikasi**

O'Keefe menekankan pentingnya memperhatikan konteks komunikasi dalam merumuskan pesan. Hal ini mencakup memahami siapa audiensnya, apa tujuan komunikasi, dan situasi-situasi khusus yang mempengaruhi cara pesan disusun.

### **2. Kebenaran dan Kredibilitas**

Menurut O'Keefe, pesan yang efektif harus didasarkan pada kebenaran dan kredibilitas. Penyusun pesan harus menggunakan bukti-bukti yang akurat dan meyakinkan, serta membangun kepercayaan dengan audiens melalui penggunaan sumber-sumber yang kredibel.

### **3. Rasionalitas dan Emosi**

O'Keefe mengakui bahwa baik rasionalitas maupun emosi memiliki peran dalam penyusunan pesan yang efektif. Penyusun pesan harus mampu

menggabungkan argumen yang logis dengan elemen-elemen emosional yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku audiens.

#### 4. Kesesuaian dengan Norma-norma Komunikasi

O'Keefe menekankan pentingnya pesan yang disusun sesuai dengan norma-norma komunikasi yang berlaku dalam masyarakat. Pesan yang melanggar norma-norma komunikasi dapat ditolak oleh audiens atau bahkan membahayakan keberhasilan komunikasi.

Teori logika penyusunan pesan menurut Barbara O'Keefe memberikan pandangan yang holistik dan kontekstual tentang proses penyusunan pesan yang efektif. Ini membantu komunikator untuk memahami pentingnya memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi komunikasi dan merumuskan pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan komunikasi.<sup>43</sup> Barbara O'Keefe juga mengidentifikasi tiga jenis utama logika penyusunan pesan, yaitu ekspresif, konvensional, dan retorika.

##### 1. Logika Ekspresif

Ini adalah bentuk paling dasar dari penyusunan pesan, di mana komunikasi dilihat terutama sebagai cara untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Orang yang menggunakan logika ini cenderung berkomunikasi secara langsung dan terbuka, seringkali tanpa memperhatikan konteks sosial atau dampaknya pada

---

<sup>43</sup> O'Keefe, B. J. (1977). The logic of message design: Individual differences in reasoning about communication. *Communication Monographs*, 44(4), 260-279.

pendengar. Tujuan utama mereka adalah untuk menyampaikan pikiran dan perasaan mereka dengan jujur. Namun, gaya komunikasi ini bisa mengandung konten yang tidak relevan atau tidak pantas karena kurangnya pertimbangan terhadap perspektif audiens atau konteks situasional.

## 2. Logika Konvensional

Dalam pendekatan ini, komunikasi dianggap sebagai sebuah permainan yang harus dimainkan sesuai dengan aturan dan norma sosial yang berlaku. Pesan dirancang untuk mencapai tujuan sosial tertentu, dalam batas-batas yang dianggap pantas sesuai dengan konteksnya. Orang yang menggunakan logika ini berfokus pada kepatuhan terhadap konvensi sosial dan berusaha memenuhi peran serta kewajiban yang diharapkan. Komunikasi mereka bersifat kooperatif dan terstruktur, dengan tujuan menjaga keharmonisan sosial dan mencapai hasil yang diinginkan sesuai situasi.

## 3. Logika Retorika

Ini adalah bentuk penyusunan pesan yang paling canggih dan fleksibel. Logika ini melihat komunikasi sebagai alat untuk menciptakan dan merundingkan realitas sosial serta identitas. Alih-alih hanya merespons konteks yang ada, individu yang menggunakan logika ini berusaha membentuk konteks sesuai dengan tujuan mereka. Pesan disusun dengan cermat untuk mempengaruhi dan mengelola persepsi situasi sosial. Pendekatan ini melibatkan penggunaan bahasa yang strategis dan kreatif untuk membangun realitas sosial yang diinginkan dan

mencapai konsensus. Komunikator retorikal mahir dalam menangani lingkungan komunikasi yang kompleks, di mana banyak tujuan mungkin bertentangan.

### **C. Analisis Konten Meme Dakwah**

Analisis konten meme dakwah melibatkan pemeriksaan berbagai aspek yang relevan dengan pesan agama yang disampaikan melalui meme. Dalam hal visual, elemen-elemen gambar yang digunakan mungkin mencakup simbol-simbol keagamaan, tokoh-tokoh berpengaruh dalam agama, atau ilustrasi yang berkaitan dengan nilai-nilai spiritual. Kualitas gambar, tata letak, dan penggunaan warna yang mendukung suasana damai atau khushuk juga penting untuk diperhatikan. Ekspresi wajah dan bahasa tubuh dari karakter dalam meme dapat memberikan petunjuk tentang ketulusan, kedamaian, atau semangat keagamaan yang ingin disampaikan.

Dari segi teks, pesan utama yang ingin disampaikan oleh meme dakwah biasanya berkaitan dengan ajaran agama, motivasi spiritual, atau nasihat moral. Gaya bahasa yang digunakan mungkin formal dan penuh dengan hormat, atau bisa juga menggunakan bahasa sehari-hari yang lebih mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Font dan penempatan teks harus jelas dan mudah dibaca, untuk memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Konteks budaya dalam meme dakwah sangat penting. Meme ini sering kali mengandung referensi ke ajaran agama, kisah-kisah dari kitab suci, atau tokoh-tokoh yang dihormati dalam agama. Memahami referensi ini membantu audiens mengerti maksud dari meme tersebut dan mengapa meme tersebut relevan

dengan peristiwa atau isu-isu keagamaan terkini. Selain itu, audiens yang dituju oleh meme dakwah ini juga memainkan peran penting dalam analisis, karena penerimaan dan pemahaman terhadap meme tersebut bisa sangat bervariasi tergantung pada latar belakang keagamaan dan budaya audiens.

Tujuan dari meme dakwah tersebut jelas berfokus pada menyampaikan pesan keagamaan, memotivasi kebaikan, mengingatkan tentang nilai-nilai spiritual, atau menyemangati untuk berbuat baik. Dampak dari meme tersebut terhadap audiens, apakah meme tersebut menjadi viral dalam komunitas agama, menimbulkan refleksi pribadi, atau memicu diskusi keagamaan, juga merupakan bagian penting dari analisis.

Teknik pembuatan meme dakwah juga bisa menjadi aspek yang dianalisis, seperti apakah gambar tersebut asli, dimodifikasi, atau diambil dari sumber yang memiliki hak cipta tertentu, dan software atau aplikasi apa yang digunakan untuk membuat meme tersebut. Semua faktor ini digabungkan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang meme dakwah dan bagaimana meme tersebut berfungsi dalam konteks budaya dan sosial keagamaan.