

## **ABSTRAK**

Skripsi ini ditulis oleh Annisa Alivia, NIM 17304163048, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, dengan judul “Persepsi Mahasiswa Kos FUAD IAIN Tulungagung Terhadap Meme Mie Instan Di Media Sosial”, yang dibimbing oleh Budi Harianto.

Kata Kunci: Persepsi, Mahasiswa Kos, Meme, Media Sosial.

Setiap individu tentu memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu hal, tidak terkecuali dengan meme yang banyak beredar di media sosial. Meme merupakan salah satu pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak umum yang memiliki bentuk seperti gambar, foto atau video atau tulisan yang sedang tren pada saat itu dan menjadi populer karena tersebar melalui media sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan mix metode. Dengan sampel penelitian untuk data kuantitatif adalah mahasiswa FUAD yang kos disekitar kampus IAIN Tulungagung, sedangkan untuk data kualitatif yaitu mahasiswa kos yang berada di IAIN Tulungagung dengan memiliki kriteria sebagai mahasiswa semester 7 yang sedang kos di sekitar Kampus dengan jarak tempuh kurang lebih 2 Km dari kampus IAIN Tulungagung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Persepsi mahasiswa kos terhadap meme mie instan mendapatkan penolakan akan meme tersebut sesuai dengan kehidupan sehari-harinya dan sebagian mahasiswa menerima meme mie instan sesuai dengan kehidupannya selama di kos. 2) Keefektifitasan meme mie instan pada mahasiswa kos adalah meme mie instan tersebut dapat diterima oleh mahasiswa kos FUAD IAIN Tulungagung. 3) Meme mie instan yang banyak ditemukan di media sosial memiliki potensi sebagai media iklan dengan kekuatan media baru yang terus berkembang.

## **ABSTRACT**

*This thesis was written by Annisa Alivia, NIM 17304163048, Department of Communication and Islamic Broadcasting, Faculty of Ushuluddin Adab and Dakwah, State Islamic Institute (IAIN) of Tulungagung, with the title "Perceptions of FUAD IAIN Tulungagung Boarding Students toward Instant Noodle Memes on Social Media", which supervised by Budi Harianto*

*Keywords: Perception, Boarding Students, Meme, Social Media*

*Each individual certainly has different perceptions about something, including memes that are widely circulating on social media. Meme is one of the messages that want to be conveyed to the general public that has a form such as an image, photo or video or writing that was trending at that time and became popular because it was spread through social media.*

*This research is a research using mixed methods. With the research sample for quantitative data were FUAD students who were boarding around IAIN Tulungagung campus, while for qualitative data were boarding students at IAIN Tulungagung who's had the criteria as the 7<sup>th</sup> semester students who were boarding around the campus with a distance approximately 2 Km from the campus.*

*The results of this study indicate that: 1) The boarding students' perceptions of instant noodle memes get rejection of the memes itself according to their daily lives and some students accept instant noodle memes according to their daily lives while in the boarding house. 2) The effectiveness of instant noodle memes toward boarding students is that the instant noodle memes can be accepted by boarding students of FUAD IAIN Tulungagung. 3) The instant noodle meme that is commonly found on social media has potential as an advertising medium with the growing power of new media.*