

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini media baru yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Media ini selain dapat berkomunikasi antara manusia satu dengan manusia lainnya, media tersebut juga memiliki informasi dari berbagai penjuru di dunia. Pada tanggal 13 Maret 2014, *Global Web Index* yang merupakan salah satu perusahaan riset yang telah meneliti tentang pasar konsumen digital, menunjukkan bahwa negara-negara yang memiliki jumlah pengguna internet yang paling banyak dan memiliki jumlah dalam perkembangan pengguna yang paling tinggi di dunia dalam kurun 5 tahun belakangan ini. Wilayah yang berpusat pada mobile adalah Asia Tenggara dan telah menempati pada posisi yang pertama sebagai pengguna internet yang paling banyak, dengan memiliki angka sebanyak 463 juta orang, dan pada saat tahun 2014 Indonesia telah menempati peringkat ketujuh dengan kenaikan angka sekitar 80 juta pengguna internet. Pada tahun 2017 pengguna internet pdi Indonesia meningkat signifikan dengan mencapai sekitar 132.700.000 pengguna, yang berarti Indonesia telah menempati peringkat kelima sebagai pengguna internet terbanyak di dunia setelah China, india, Amerika Serikat dan Brazil.¹

Pertama kali meme telah dikemukakan oleh Richard Dawkins dalam bukunya yang memiliki judul *The Selfish Gene*, yaitu merupakan sebuah

¹ <http://id.techinasia.com>, ditulis oleh Anh-Minh Do.

ide, perilaku atau gaya yang dapat menyebar dari satu orang ke orang lainnya dalam suatu budaya. Meme merupakan sebuah unit yang memiliki bentuk budaya, ide, simbol atau praktek-praktek yang nantinya dapat ditularkan melalui satu pikiran orang ke pikiran orang lain lewat tulisan, ucapan, gambar, gerak tubuh, ritual atau fenomena lainnya yang dapat merujuk pada transmisi budaya dalam gen.² Perluasan denifinitif dari istilah biologi menurut konsep Dawkins ini kemudian dapat dipakai untuk menunjukkan gejala umum tentang meme culture di internet pada saat ini, yaitu cara dimana ide tersebut dapat disebarluaskan melalui media, bisa dengan melalui medium analog maupun menggunakan medium digital. Meme dapat menyebar dalam bentuk aslinya, akan tetapi seringnya juga dapat menimbulkan pembaharuan atau turunan yang dibuat oleh pengguna.

Pada dasarnya, meme merupakan wujud sebuah bentuk dari proses berkomunikasi. Harold D. Lasswell telah mengungkapkan bahwa proses komunikasi adalah dengan menjawab sebuah pertanyaan yaitu, “apa yang disampaikan, siapa yang menyampaikan, kepada siapa, melalui saluran apa, dan apa pengaruh yang dapat ditimbulkan”. Begitu juga dengan meme, setelah muncul dari komunikator, maka terdapat sebuah informasi yang ingin disampaikan untuk disebarluaskan. Informasi yang akan diterima memiliki kemampuan untuk mengarahkan imaji komunikasi yang menerimanya dapat dibantu dengan media.³

² Muhammad Latiful Hanan Mustajab, “*Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam Di media Sosial*”, Tesis (Surabaya: Komunikasi Penyiaran Islam, 2018), hal.16

³ Muhammad Ilham, “*Representasi Budaya Populer Meme Comic Indonesia (Analisis Semiotika Meme Dalam Fanpage Meme Comic Indonesia)*”, Skripsi (Makassar: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017), hal.7

Munculnya budaya baru meme sebagai bentuk komunikasi melalui media baru, menimbulkan berbagai persepsi tertentu dari kalangan tertentu. Secara umum persepsi adalah proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh individu, dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal pada masing-masing individu. Faktor internal meliputi perasaan, sikap, karakteristik individu, prasangka, keinginan, harapan, gangguan kejiwaan dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal meliputi informasi, pengetahuan, latar belakang keluarga, kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran dan hal-hal baru.

Mahasiswa memiliki peran penting sebagai generasi penerus bangsa yang memiliki pemikiran kritis terhadap segala hal. Persepsi mahasiswa dapat terjadi pada masing-masing individu yang dapat dipengaruhi dari dirinya sendiri maupun oleh lingkungan sekitarnya. Sama halnya dengan budaya baru yang saat ini populer yaitu meme, mahasiswa akan memiliki persepsi tersendiri akan beredarnya meme tersebut di media sosial.

Perkembangan meme di Indonesia cukup pesat dari tahun ketahunnya. Saat ini sudah banyak media sosial yang menampilkan berbagai macam jenis meme yang sedang tren pada saat itu. Bahkan setiap media sosial pastinya memiliki akun-akun tertentu yang sering mengupload meme. Seperti di instagram dengan akun drama_mahasiswa yang merupakan akun tentang berbagai macam meme yang berhubungan dengan mahasiswa. Meme yang diupload bukan hanya berbentuk foto saja, melainkan juga berbentuk video.

Di Indonesia sendiri, meme saat ini sudah menjadi keseharian bagi pengguna sosial media untuk mengekspresikan akan suatu hal. Adanya sebuah meme menjadikan jalannya sebuah kreatifitas, seni dan humor dalam budaya di media baru. Setiap ada hal baru yang sedang trending di media sosial, maka para pengguna media sosial juga ikut berlomba-lomba untuk memposting atau membuat meme tentang hal yang sedang tren tersebut. Meme yang ada di media sosial tidak hanya berupa gambar, melainkan saat ini banyak masyarakat yang membuat meme dengan bentuk foto atau video. Akan tetapi, meme yang hanya mengikuti tren biasanya akan memiliki masa waktu yang terbatas. Apabila sudah tidak tren lagi, maka meme tersebut lama kelamaan juga akan menghilang dan digantikan dengan meme baru yang muncul dengan tren yang berbeda.

Salah satu meme yang legendaris adalah meme tentang mahasiswa kos yang selalu mengkonsumsi mie instan sebagai makanan penyelamatnya. Meme ini akan selalu beredar di media sosial tanpa terbatas waktu. Meskipun seiring waktu dapat menghilang, meme tersebut dapat muncul kembali dengan tema yang sama dan tetap ditujukan kepada mahasiswa kos, namun dengan isi yang berbeda sesuai dengan kreatifitas yang diinginkan oleh pembuatnya.

Mie instan merupakan salah satu makanan cepat saji yang menjadi makanan favorit bagi mahasiswa kos. Produk tersebut sering dikonsumsi bagi kalangan mahasiswa kos karena selain harganya yang terjangkau, mie instan juga mudah didapatkan, tahan lama dan praktis dalam pengolahannya. Tingkat konsumsi mie instan di kalangan mahasiswa kos

relatif tinggi. Sekitar 2-3 kali dalam satu minggu. Dengan hal tersebut mahasiswa kos memiliki faktor yang dapat mempengaruhi perilaku mengkonsumsi mie instan. Yaitu dengan adanya faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya adalah pengetahuan dan sikap yang berasal dari diri sendiri. Sedangkan faktor eksternalnya adalah ketersediaan pangan, uang saku dan juga pengaruh teman sebaya maupun media massa.⁴

Dalam meme tersebut ditujukan untuk mahasiswa kos, dimana mahasiswa merupakan sebagian dari remaja, tepatnya remaja akhir. Pada tahap remaja akhir tersebut, mahasiswa mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya, baik teman sebaya maupun media yang ada. Selain hal tersebut, sebagian besar mahasiswa kos memiliki aktivitas yang padat akan kegiatan perkuliahan dan juga organisasi. Dengan begitu, rata-rata mahasiswa kos cenderung lebih suka dengan hal-hal yang bersifat praktis, salah satunya tentang pemilihan makanan.⁵ Banyaknya mahasiswa kos yang mengkonsumsi mie instan menjadikan banyak beredar meme tentang mahasiswa kos yang selalu memakan mie instan di media sosial. Meme yang beredar di media sosial kurang lebih berisi akan humor, dan terkadang benar adanya dalam kehidupan sehari-hari.

⁴ Mita Kuroifah, “ *Pengaruh Daya Tarik Iklan Makanan Instan Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Pada Mahasiswa Kos*”, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Teknik, 2014), hal.41

⁵ Ibid, Hal. 45



Gambar 1.1 Mie Instan Dengan Berbagai Macam Rasa

Sumber: Instagram

Fenomena penyebaran meme mie instan semakin banyak ditemukan di media sosial yang ditujukan kepada mahasiswa kos, dan menjadikan timbulnya persepsi pada kalangan mahasiswa kos. Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa kos untuk mengkonsumsi mie instan sehingga banyak pengguna media sosial menggunakan mie instan sebagai makanan mahasiswa kos yang dijadikan sebuah meme. Dengan adanya meme mie instan yang beredar di media sosial maka peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa kos mengenai meme mie instan tersebut. Karena meme mie instan yang beredar di media sosial merupakan respon suatu isu atau peristiwa yang benar-benar terjadi di kehidupan nyata. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berjudul **“PERSEPSI MAHASISWA KOS FUAD IAIN TULUNGAGUNG TERHADAP MEME MIE INSTAN DI MEDIA SOSIAL”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memfokuskan bahasan pada pokok permasalahan yaitu :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa kos di IAIN Tulungagung akan beredarnya meme mie instan secara kuantitatif?
2. Bagaimana efektifitas meme mie instan di kalangan mahasiswa FUAD IAIN Tulungagung yang bertempat tinggal di kos?
3. Bagaimana potensi meme mie instan sebagai media iklan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, secara garis besar tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa kos di IAIN Tulungagung akan beredarnya meme mie instan.
2. Untuk mengetahui efektifitas meme mie instan di kalangan mahasiswa FUAD IAIN Tulungagung yang bertempat tinggal di kos.
3. Untuk mengetahui potensi dari meme mie insta sebagai media iklan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk mengembangkan kajian studi di Komunikasi Penyiaran Islam dan memberi masukan mengenai budaya baru yang mulai populer yaitu meme.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

3. Manfaat Bagi Kelembagaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kemajuan ilmu komunikasi dan penyiaran islam khususnya yang membahas tentang meme.

4. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa kos yang ada di IAIN Tulungagung mengenai meme mie instan.

E. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian kuantitatif adalah 50 mahasiswa FUAD yang bertempat tinggal di kos dekat dengan kampus IAIN Tulungagung, sedangkan untuk penelitian kualitatif ini adalah mengambil persepsi mahasiswa kos yang mengetahui perkembangan meme yang ada di media sosial. Meskipun banyak mahasiswa di IAIN Tulungagung yang mengetahui meme, akan tetapi tidak semuanya dapat mengikuti perkembangan meme. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan responden yang mengikuti tren perkembangan meme.

Mahasiswa yang dijadikan responden penelitian secara kuantitatif adalah 50 mahasiswa FUAD yang kos disekitar kampus IAIN Tulungagung. Sedangkan untuk mahasiswa yang dijadikan responden penelitian kualitatif adalah 10 mahasiswa kos yang diantaranya 5 laki-laki dan 5 perempuan yang tinggal di Desa Plosokandang dengan jarak kurang lebih 2 km dari kampus IAIN Tulungagung. Desa Plosokandang memiliki 3 Dusun yaitu Dusun Manggis, Dusun Srigading dan Dusun Kudusan, yang terdapat responden mahasiswa yang sedang kos di masing-masing dari 3 Dusun tersebut. Responden yang dipilih juga merupakan mahasiswa semester 7, dimana mahasiswa tersebut sudah menempati kos dengan waktu yang relatif lama dan juga memiliki pengalaman bertempat tinggal di kos serta gaya hidup mahasiswanya yang beragam.

Penelitian ini berfokus pada meme yang beredar di media sosial. meskipun ada beberapa website yang menampilkan beragam meme seperti website 1cak ataupun meme comic Indonesia. Namun peneliti memilih meme yang beredar di media sosial karena mudah untuk ditemui oleh semua orang dan lebih mudah untuk menyebarkan meme.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dibuat, sudah ada penelitian terdahulu yang dapat menjadi acuan untuk menyelesaikan proposal ini. Berikut penelitian terdahulunya, yaitu penelitian yang berjudul "*Representasi budaya populer meme comic Indonesia (Analisis Semiotika Meme dalam Fanpage Meme*

Comic Indonesia)”.⁶ Dengan nama penelitiannya adalah Muh. Ilham, pada Tahun 2017. Penelitian ini membahas tentang budaya baru meme dengan munculnya fanpage meme comic Indonesia dengan menggunakan analisis semiotika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan melakukan pengamatan dan analisis secara mendalam terhadap objek yang akan diteliti, yaitu meme comic Indonesia. Hasil penelitian tersebut adalah meme yang berkembang memiliki ingatan terhadap tanda yang berupa ikon, indeks atau simbol-simbol tertentu.

Yang kedua adalah penelitian dari M. Latifatul Hanan Mustajab pada tahun 2018 yang berjudul “*Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam Di Media Sosial*”.⁷ Penelitian tersebut membahas tentang meme islam yang beredar di media sosial bagi remaja yang ada di kota Surabaya dan menganalisis bagaimana tanggapan dan reaksi yang didapatkan setelah mengetahui meme islam yang telah beredar di berbagai media sosial.

Yang ketiga adalah penelitian dari Aditya Nugraha pada tahun 2015 yang berjudul “*Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram*”.⁸ Hasil dari penelitian menggunakan metode kualitatif etnografi virtual yang akan membahas tentang postingan meme dari di media sosial yang ada pada

⁶ Muhammad Ilham, “*Representasi Budaya Populer Meme Comic Indonesia (Analisis Semiotika Meme Dalam Fanpage Meme Comic Indonesia)*”, Skripsi (Makassar: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017), hal.7

⁷ Muhammad Latifatul Hanan Mustajab, “*Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam Di media Sosial*”, Tesis (Surabaya: Komunikasi Penyiaran Islam, 2018).

⁸ Aditya Nugraha, “*Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram*”, Jurnal (Bandung: Fakultas Komunikasi dan Bisnis, 2015), Vol. 14, No. 3.

pengguna instagram, meme yang diteliti adalah foto selfie menggunakan foto diri sendiri dan menggabungkan teks maupun kalimat untuk dijadikan sebuah meme.

Yang keempat adalah penelitian dari Difha Kencana pada Tahun 2019 yang memiliki judul “ *Pengaruh Mie Instan Bagi Kesehatan Anak Kos Di Jalan Garuda Induk, Kec. Padang Utara, Kota Padang*”.⁹ Pada penelitian ini membahas tentang pengaruh terlalu sering mengonsumsi instan bagi kesehatan yang banyak dilakukan oleh anak kos. Hasil penelitian tersebut adalah anak kos yang sering mengonsumsi mie instan dikarenakan cara membuatnya yang praktis sehingga memilih mie instan sebagai makanan saat menjadi anak kos.

Yang kelima adalah penelitian dari Mita Kuroifah pada Tahun 2014. Yang berjudul “ *Pengaruh daya tarik iklan makanan instan di televisi terhadap perilaku mahasiswa kos*”.¹⁰ Penelitian ini membahas tentang pengaruh yang terjadi pada mahasiswa kos saat iklan makanan instan di televisi ditayangkan, yang dapat mengubah perilaku mahasiswa yang melihatnya. Sehingga mahasiswa kos tertarik untuk mengonsumsi makanan instan.

G. Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran ini, peneliti menjelaskan tentang bagaimana persepsi mahasiswa kos di tulungagung terhadap meme mie

⁹ Difha Kencana, “ *Pengaruh Mie Instan Bagi Kesehatan Anak Kos Di Jalan Garuda Induk, Kec. Padang Utara , Kota Padang*”, Jurnal (Padang: Jurusan Pendidikan Sosiologi, 2019).

¹⁰ Mita Kuroifah, “ *Pengaruh Daya Tarik Iklan Makanan Instan Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Pada Mahasiswa Kos*”, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Teknik, 2014).

instan yang saat ini sudah beredar luas di media sosial. kerangka pemikiran ini nantinya akan dijadikan landasan dalam pembahasan. Maka dapat dijelaskan beberapa istilah yang terdapat pada judul antara lain:

a. Persepsi

Persepsi merupakan individu yang mengamati dunia luarnya dengan menggunakan alat indranya atau proses yang terwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui reseptornya.¹¹ Persepsi yang diterima oleh seseorang memiliki rangkaian proses sebelum terbentuknya persepsi pada diri seseorang tersebut.

b. Meme

Meme merupakan unit yang memiliki bentuk budaya, simbol, ide ataupun praktek-praktek dan nantinya akan menular melalui satu pikiran ke pikiran lainnya lewat dari gambar, tulisan, gerak tubuh, ucapan, ritual atau fenomena lainnya yang dapat merujuk pada transmisi budaya dalam sebuah gen. Saat ini meme menjadi populer di media sosial dan menjadi budaya baru.

Meme yang beredar memiliki banyak jenis dan memiliki makna yang berbeda pada setiap memenya. Saat ini hampir semua permasalahan yang muncul di masyarakat dijadikan sebuah meme, mulai dari masalah politik, sosial, percintaan dan lain sebagainya. Meme merupakan bentuk proses penyampian pesan yang baru dan menjadi populer di kalangan masyarakat.

c. Persepsi Pada Meme

¹¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2004, hal. 33

Munculnya meme di media sosial, maka muncul juga persepsi yang berbeda bagi setiap pembacanya. Baik itu meme mengenai pendidikan, sosial, politik, bahkan meme humor yang lebih banyak responnya di kalangan masyarakat. Meme humor menjadi meme yang terfavorit di masyarakat. Karena meme berisi humor lebih diterima di masyarakat dan terkadang ada benarnya pada kehidupan nyata.

H. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Meme merupakan budaya baru yang berkembang pada era digital saat ini. Dengan kemunculan meme menjadikan suatu bentuk komunikasi melalui gambar dan kata-kata yang memiliki makna tertentu. Pesan yang disampaikan melalui meme mencakup segala hal yang sedang tren di media sosial. Salah satu yang menjadi legenda pada budaya meme adalah mengenai meme mahasiswa kos yang selalu mengkonsumsi mie instan. Dengan meme tersebut memiliki pesan dan persepsi yang berbeda pada setiap individu yang melihatnya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Moelong, penelitian kualitatif ialah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami sebuah fenomena apa yang telah dialami oleh subjek penelitian. Contohnya adalah perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Secara holistic adalah dengan menggunakan cara deskriptif yang berbentuk sebuah kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah yang dapat memanfaatkan dari berbagai

metode ilmiah. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya.¹²

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan pada pengamatan persepsi pada mahasiswa kos di IAIN Tulungagung terhadap meme mie instan yang banyak beredar di media sosial. Peneliti memfokuskan pada mahasiswa di sekitar kampus IAIN Tulugagung, karena banyak dari mahasiswanya yang sering menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial tersebut juga dapat mengetahui hal apa yang sedang tren pada saat itu, sehingga mahasiswa tersebut tentunya tidak asing lagi dengan meme yang beredar di media sosial, dan banyak juga mahasiswa IAIN Tulungagung yang juga ikut membuat meme dan diupload di media sosial.

Mahasiswa yang dijadikan responden untuk penelitian kuantitatif adalah 50 mahasiswa FUAD yang kos di sekitar kampus IAIN Tulungagung, sedangkan responden untuk penelitian secara kualitatif adalah 10 mahasiswa, 5 diantaranya adalah laki-laki dan 5 lainnya adalah perempuan. Pemilihan jenis kelamin juga dapat mempengaruhi pola gaya hidup mahasiswa yang sedang bertempat tinggal di kos. Antara laki-laki dan perempuan tentunya memiliki perbedaan gaya hidup, oleh karena itu peneliti mengambil mahasiswa laki-laki dan

¹² Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005, hal. 86.

perempuan dengan jumlah yang sama agar dapat mengetahui gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut. Mahasiswa yang diteliti adalah mahasiswa semester 7. Dimana mahasiswa semester 7 sudah memiliki pengalaman yang relatif lama untuk bertempat tinggal di kos. Sehingga lamanya bertempat tinggal di kos juga dapat mempengaruhi gaya hidup mahasiswa tersebut.

Responden yang diteliti adalah mahasiswa kos yang bertempat tinggal disekitar kampus, yaitu dengan jarak kurang lebih sekitar 2 km dari kampus. IAIN Tulungagung bertempat di Desa Plosokandang, sehingga mahasiswa yang akan diteliti merupakan mahasiswa kos yang berada di Desa Plosokandang. Dusun yang terdapat di Desa Plosokandang adalah Dusun Manggisan, Dusun Srigading dan juga Dusun Kudusan. Dusun manggisan merupakan Dusun yang terbesar di Desa Plosokandang.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah isu, problem atau permasalahan yang akan dibahas, dikaji, diteliti dalam riset sosial. Peneliti memilih objek penelitian yaitu mengenai meme mie instan yang beredar di media sosial, yang merupakan budaya baru dan menjadi tren pada saat ini. Karena dengan kemunculan meme mie instan pada mahasiswa kos tidak terbatas oleh waktu dan tidak akan tertelan oleh zaman seiring berjalannya waktu.

Meskipun perkembangan meme di media sosial sangat beragam, namun meme tersebut memiliki batasan waktu tertentu, karena meme

yang beredar adalah meme yang sedang tren sehingga jika tren tersebut sudah berakhir, maka meme tersebut juga akan berakhir dan sudah tidak lagi digunakan. Meme yang menjadi objek penelitian adalah meme mie instan. Dimana meme tersebut ditujukan kepada mahasiswa kos, sehingga mahasiswa kos akan mengetahui meme tersebut.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah “keseluruhan subyek penelitian” yang memiliki sifat umum dan meliputi berbagai keadaan, sehingga yang menjadi populasi adalah mahasiswa kos yang berada disekitar kampus IAIN Tulungagung.

Sedangkan untuk Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Dalam mengumpulkan data peneliti, harus dapat menentukan responden kuantitatif adalah mahasiswa FUAD dengan jumlah 50 orang yang kos di sekitar kampus IAIN Tulungagung, sedangkan untuk penelitian kualitatif yang akan di wawancarai dan diteliti peneliti menggunakan sampel secara *Purposive Sampling* atas beberapa pertimbangan tertentu, dan yang akan menjadi sampel adalah 10 mahasiswa kos, 5 diantaranya berjenis kelamin laki-laki, dan 5 berjenis kelamin perempuan yang berada di sekitar kampus IAIN Tulungagung.

Responden yang akan diwawancarai merupakan mahasiswa yang sedang kuliah dan juga bertempat tinggal dibeberapa kost yang ada di sekitar kampus IAIN Tulungagung. Peneliti mewawancarai responden yang aktif dalam media sosial dan mengetahui tentang meme. Sehingga

hasil yang akan didapatkan akan lebih optimal dan tidak hanya sekedar memberikan pendapat saja.

Tabel 1.1 Nama Mahasiswa

No.	Nama Mahasiswa	Asal	Jurusan	Nama dan Alamat Kos
1.	Hayin Rohana	Kediri	Perbankan Syari'ah	Kos Bu Lia Dusun. Srigading, Desa Plosokandang.
2.	Nurul Hidayah	Sidoarjo	Manajemen Pendidika Islam	Kos Khoirunnisa Dusun. Kudusan Desa. Plosokandang
3.	Isna Nur Laila	Blitar	Perbankan Syari'ah	Kos Winda Dusun. Kudusan Desa. Plosokandang
4.	Kamila Fatimatuzzahro	Nganjuk	Tadris Bahasa Inggris	Kos Bu Lia, Dusun. Srigading, Desa Plosokandang.
5.	Arina Manasikana	Blitar	Ekonomi Syari'ah	Kos Bu Yus Dusun.

				Manggisan Desa. Plosokandang
6.	Mochammad Misbakhul Munir	Sidoarjo	Hukum Tata Negara	Kos Naruto. Dusun. Kudusan Desa. Plosokandang
7.	Faizal Liulil Luha	Kediri	Komunikasi Penyiaran Islam	Kos Naruto. Dusun. Kudusan Desa. Plosokandang
8.	Muhammad Takim	Lamongan	Pendidikan Agama Islam	Kos Pak Sucipto. Dusun. Manggisan Desa. Plosokandang
9.	Adam Ababil	Kediri	Ekonomi Syari'ah	Kos Bu Lidya. Dusun. Srigading Desa. Plosokandang
10.	Achmad Irsyadul Ibad	Lamongan	Ekonomi Syari'ah	Kos Bu Katinem. Dusun.

				Kudusan Desa. Plosokandang.
--	--	--	--	--------------------------------

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti meliputi:

a. Observasi / Penyebaran Kuisisioner

Melalui metode ini, peneliti dapat mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, dalam hal seperti ini yang akan diamati adalah lokasi atau letak dari penelitian ini berlangsung. Maka dari itu, disana nantinya akan mengetahui ada beberapa data yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian ini. Untuk memperoleh data kuantitatif, peneliti mengadakan penyebaran kuisisioner yang berbasis online dengan menggunakan goole form dan menggunakan software SPSS sebagai alat untuk menganalisa data.

Observasi yang dilakukan adalah mencari dan mengamati lokasi yang akan diteliti untuk penelitian kualitatif. Karena yang diteliti adalah kos yang memiliki jarak sekitar 2 km dari kampus, maka peneliti mencari mahasiswa yang kos di Desa Plosokandang. Dalam pencarian lokasi kos yang tepat, peneliti juga mencari dan mengamati mahasiswa IAIN Tulungagung yang semester 7 dan mengetahui tentang perkembangan meme di media sosial.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode untuk mengumpulkan data yang nantinya akan digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dan sebenarnya. Pertanyaan dapat berkembang secara kondisional mengikuti alur guna memperoleh informasi yang sebanyak-banyaknya. Wawancara digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data berupa penjelasan 10 mahasiswa kos yang berada di sekitar IAIN Tulungagung. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara secara langsung dengan bertatap muka dan juga wawancara melalui telepon maupun whatsapp terhadap responden yang terkait.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen tersebut dapat berbentuk seperti dokumen publik ataupun privat. Untuk dokumen publik contohnya adalah laporan posisi, jejaring sosial, acara tv, surat kabar, berita dan lain sebagainya. Sedangkan untuk dokumen privat contohnya adalah surat pribadi, memo, catatan pribadi dan lain-lain.¹³ Dalam penelitian ini, peneliti mengambil teknik dokumentasi publik yaitu dengan melalui internet. Karena meme yang akan di teliti penyebarannya melalui media sosial.

6. Teknik Analisa Data

¹³ Rachmat Kriyatno, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2009, hal. 118.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan juga kualitatif deskriptif. Penggunaan penelitian secara dekriptif agar data angka kuantitatif maupun data yang diperoleh melalui penelitian kualitatif yang telah dilakukan dapat memudahkan dalam penyajian data sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami.

7. Uji Keabsahan Data

Pelaksanaan uji keabsahan data pada penelitian kuantitatif ini dilakukan menggunakan cara uji validasi dan juga uji realibilitas. Uji validasi digunakan untuk mengetahui valid atau tidak valid jawaban dari data tersebut pada setiap butirnya. Sedangkan untuk uji realibilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban dari data yang sudah dipaparkan dalam setiap butirnya.

8. Teknik Penyajian Data

Pada penelitian kuantitatif sebagian besar akan menggunakan tabel. Sedangkan untuk kualitatif menggunakan metode kualitatif deskriptif yang artinya melakukan pendekatan yang diperoleh dari data deskriptif berupa data yang tertulis maupun lisan dari responden. Penelitian ini dimaksudkan untuk pembaca bagaimana memberi makna tertentu terhadap suatu karya yang telah dibaca, setelah itu akan memicu timbulnya pemaknaan yang dapat disimpulkan berdasar latar belakang budaya maupun sosial sehingga dapat diketahui reaksi maupun tanggapan terhadapnya. Tanggapan ini memiliki 2 sifat, yaitu yang

pertama adalah bersifat pasif, apabila seseorang dapat memahami suatu karya tertentu. Kedua adalah bersifat aktif yaitu bagaimana khalayak dapat merealisasikannya