

## Dakwah Digital Melalui Meme Visualisasi Perempuan Dalam Perspektif Semiotika

Sunaryanto<sup>1</sup>, Sofyan Rizal<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta  
Jl. Bangka 3 A No. 25 Pela Mampang Jakarta Selatan  
[sunaryanto@alhikmah.ac.id](mailto:sunaryanto@alhikmah.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta  
Jl. Ir H. Juanda No. 95, Cempaka. Putih, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, Banten  
[sofyan.rizal@uinjkt.ac.id](mailto:sofyan.rizal@uinjkt.ac.id)

### Abstract

*This study analyzes digital da'wah through Friday prayer memes that visualize women that spread on the internet. In answering these problems, this research uses qualitative research. The mass media textual tool as an analytical tool is used to answer this problem, namely Ferdinand de Saussure's semiotics. This theory is divided into several concepts, namely sign, marker, signified, denotation, and connotation. The results of the study found that the digital da'wah sign in the Friday prayer meme is the headscarf. Digital da'wah markers in memes are women wearing headscarves, the hijab phenomenon, and Muslim women praying. The signs of digital meme propaganda are the reward for Friday prayers, sunnah of the Prophet, and pornography. The denotation meaning of digital da'wah in the meme is that a Muslim man cannot leave the Friday prayer service. Because the characteristics of a good leader or priest for a woman are men who fulfill the obligations of Friday prayer. Connotatively, digital da'wah uses memes to visualize women that Friday prayer services only aim to get a woman's reward. The female body, namely the headscarf, is constructed as another to call on men to be willing to perform Friday prayers. The headscarf and the bodies of Muslim women in the memes of inviting Friday prayers do not only mean preaching or an invitation to piety, but social reality which is constructed as a religious sexual object.*

**Keywords:** Digital Da'wah, Woman Meme, Jum'at Prayer, Semiotics

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis dakwah digital melalui meme shalat Jumat visualisasi perempuan yang menyebar di internet. Dalam menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Alat tekstual media massa sebagai alat analisis digunakan untuk menjawab permasalahan tersebut yaitu semiotika Ferdinand de Saussure. Teori ini terbagi menjadi beberapa konsep, yaitu tanda, penanda, petanda, denotasi, dan konotasi. Hasil penelitian menemukan tanda dakwah digital dalam meme shalat Jumat adalah jilbab. Penanda dakwah digital dalam meme adalah perempuan berjilbab, fenomena jilboobs, dan perempuan muslimah berdoa. Petanda dakwah digital meme tersebut pahala shalat Jumat, sunnah Rasul, dan pornografi. Makna denotasi dakwah digital dalam meme tersebut yaitu seorang laki-laki beragama Islam tidak boleh meninggalkan ibadah Shalat Jumat. Sebab ciri seorang pemimpin atau imam yang baik bagi seorang perempuan adalah laki-laki yang menunaikan kewajiban ibadah shalat Jumat. Secara konotasi dakwah digital menggunakan meme visualisasi perempuan bahwa ibadah shalat Jumat hanya bertujuan untuk mendapatkan pahala seorang perempuan. Tubuh perempuan yaitu jilbab dikonstruksi sebagai *liyan* untuk mengajak laki-laki agar bersedia melaksanakan ibadah shalat Jumat. Jilbab dan tubuh perempuan muslimah dalam meme ajakan shalat Jumat tidak hanya bermakna dakwah atau ajakan kepada ketakwaan (*piety*) tetapi realitas sosial yang dikonstruksi sebagai objek seksual yang religius.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital; Meme Perempuan; Shalat Jumat; Semiotika

## Pendahuluan

Mengelaborasi gagasan Castells (2022), Jordan (2013), dan Yar (2014) bahwa Internet merupakan perangkat baru yang terus mengubah bentuk interaksi sosial budaya manusia dalam berbagai cara online. Maka era saat ini disebut sebagai era digital versi internet kelanjutan dari versi digital era televisi konvensional. Hal ini juga menyebabkan perubahan dakwah secara praktiknya yang dulu secara offline menjadi online. Menyimpulkan dari beberapa pandangan misalnya Fakhruroji (2011), Lupton (2015), Sudibyo (2021) hari ini penyebaran Islam secara sosiologis menggunakan term dakwah digital. Internet merupakan wasilah baru yang memungkinkan setiap individu melakukan dakwah secara digital secara mandiri (Gainous et al., 2021; MacGregor, 2007; Stamenković, 2020). Dakwah digital ini justru membuat dakwah itu sendiri menjadi sangat mudah penyebarannya sebab kecepatan internet bisa melewati batas negara dengan cepat.

Meminjam gagasan Zhao (2019), berbagai ide dan kreativitas dakwah digital dapat diciptakan secara produktif pengguna internet yang sebenarnya tidak semua dari mereka adalah da'i. Bahkan jika meminjam pandangan Ayo-Obiremi & Adelabu (2020), kehadiran internet dengan segala perangkat digitalnya mekonstruksi masyarakat menjadi dewa media. Kenapa masyarakat saat ini bisa menjadi dewa media? Sebab masyarakat pengguna internet ini sebagai pemilik media dan sekaligus bisa memilih informasi yang akan mereka produksi. Era internet memungkinkan masyarakat menjadi sangat aktif menerima informasi. Jika menggunakan teori resepsi aktif dari Bakti (2004) dan Barbakov et al (2018) mereka bebas menafsirkan informasi yang didapatkan dari internet.

Dakwah digital menggunakan internet pada satu sisi memang memunculkan masalah-masalah baru. Meringkas dari penjelasan Adeni (2020) bahwa sebenarnya pemaknaan dakwah digital menggunakan internet memunculkan problem subjektivitas penafsiran tentang pesan keislaman yang terima oleh pengguna internet sebagai mad'u. Saat menerima pesan dakwah digital, pembaca internet sebagai mad'u menafsirkan sendiri materi dakwah yang diterimanya. Mad'u menerima dakwah dibatasi oleh media sebab mereka tidak bertemu langsung dengan seorang da'i yang mengirimkan pesan dakwahnya. Kondisi inilah yang sebenarnya disebut oleh Rustandi (2019) sebagai fenomena *cyber dakwah* yang kemunculannya didorong oleh perkembangan internet. Mereka tidak bisa secara langsung bertanya apa maksud dari makna materi dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i tersebut. Kondisi inilah jika meminjam pendapat Roland Barthes tentang kematian pengarang (*the death of author*), makna sudah mati sebab penafsiran makna teks sudah diserahkan pada seorang penerima pesan dakwah (Arora, 2017; Potts, 2023; Priya, 2020).

Objek pada penelitian ini adalah meme agama tema shalat Jum'at dengan visualisasi perempuan. Menurut Shifman (2013 dan 2014) terminologi meme diciptakan oleh Richard Dawkins (2006) untuk menggambarkan satuan-satuan kecil kebudayaan yang menyebar dari orang ke orang dengan cara meniru atau peniruan. Sejak saat itu, konsep meme terus diperdebatkan lintas akademik dan menghasilkan banyak kajian. Dalam bahasa sehari-hari netizen, meme Internet sering pakai untuk menggambarkan penyebaran item seperti lelucon, rumor, video, dan situs web dari orang ke orang melalui Internet (Díaz, 2013). Meme internet tidak hanya menggambarkan wacana tentang budaya dan politik, namun meme internet juga menjadi legitimasi wacana keagamaan (Aguilar et al., 2017). Merujuk pada gagasan Bellar et al (2017) meme internet menjadi ruang publik di mana sosial, politik, budaya, dan agama bisa dikritik dan diperdebatkan secara terbuka pemaknaannya. Sama juga dengan pendapat Listiyorini (2017) bahwa meme internet merupakan media mengkonstruksi makna banyak tema misalnya agama, politik, hukum, dan lain-lain.

Penggunaan visualiasi perempuan dalam dakwah digital meme shalat Jumat ini juga memunculkan masalah penafsiran makna. Satu sisi ada ajakan satire bagi umat Islam khususnya laki-laki untuk melaksanakan Shalat Jumat. Ibadah shalat Jumat menjadi kewajiban yang bagi laki-laki beragama Islam dan sudah baligh (Amalia, 2018; Sarwat, 2018). Laki-laki beragama Islam yang tidak mengerjakan kewajiban shalat Jum'at tanpa halangan syar'i maka akan berdosa. Namun pada satu sisi, penggunaan perempuan sebagai visualisasi meme shalat Jumat dapat dimaknai sebagai usaha stereotip terhadap perempuan itu sendiri. Misalnya menurut Astuti (2017) perempuan dalam meme di internet dikonstruksi sebagai objek dominasi oleh laki-laki. Konstruksi perempuan sebagai objek dominasi laki-laki juga dapat dimaknai misalnya dengan membaca meme ajakan poligami yang menyebar di internet (Shofi'i, 2021). Hal ini berarti meme tidak hanya media lelucon saja, namun meme memiliki mitos dibuat untuk mengkonstruksi berbagai isu-isu penting yang berkembang di masyarakat misalnya isu gender (Hidayatullah, 2017; Nurlaili, 2018).

Kajian tentang meme dengan objek khusus perempuan sudah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Murtiasih (2020) menemukan bahwa meme dengan perempuan justru maknanya merupakan sindiran terhadap perempuan itu sendiri. Bahkan secara konotasi, menurut Miski (2021) meme tentang perempuan dikonstruksi sebagai dasar pengekangan perempuan atau legitimasi wacana pembatasan perempuan di ruang publik. Temuan penelitian Hidayat dan Immerry (2020) mengungkapkan bahwa meme bisa dimanfaatkan untuk mengkonstruksi legitimasi kekerasan simbolik dan kekuasaan patriarki terhadap perempuan. Seluruh gagasan ini berbeda dengan temuan penelitian Ali (2020) bahwa meme tentang perempuan muslim merupakan persimpangan antara agama dan gender. Dalam hal ini meme perempuan muslim merupakan satu wacana untuk menentang budaya Barat yang dianggap liberal.

Perdebatan di atas menyelarasi argumen Imron (2019) bahwa meme merupakan sarana untuk berkontestasi dan membangun identitas demi mempertahankan eksistensi dan memenangi perebutan kekuasaan. Meme internet diciptakan untuk melegitimasi tentang posisi perempuan untuk melawan dominasi budaya patriarki dalam masyarakat Barat, Timur, dan Islam (Ariani & Rachmadani, 2020). Meme internet merepresentasikan isu kesetaraan gender sebagai usaha mengangkat peran perempuan di ranah domestik dan ranah publik khususnya dalam praktik keagamaan (Mukaromah, 2020). Pada kasus lainnya, meme internet justru merepresentasikan perlawanan terhadap gambaran negatif wanita muslim yang sering terjadi di media tradisional. Perempuan muslimah berhijab dalam meme internet digambarkan sebagai wanita yang dihormati dan bahagia (Ibrahim, 2019).

Fokus penelitian ini berbeda dengan hasil beberapa kajian yang telah dijelaskan di atas. Hasil kajian di atas berfokus pada meme perempuan yang dilihat berdasarkan konstruksi gender dan peran perempuan. Penelitian justru melihat tentang makna dakwah itu sendiri yang artinya berasal dari kata bahasa Arab yang maknanya menyeru, memanggil, mengajak, mengundang (Abdullah, 2019; Ilaihi, 2013). Makna ini secara antropologis menurut Yakin (2018) dakwah merupakan usaha membentuk budaya manusia sebagai hasil pergumulan cipta, rasa, dan karsa para da'i dan mad'u dalam satu waktu tertentu secara terus-menerus. Artinya, bahasa atau teks yang mengajak pada ajaran Islam merupakan bahasa dakwah. Maka berbagai makna dakwah ini menjadi relevan dengan meme internet yang misalnya menggunakan tema ajakan shalat Jum'at.

Penelusuran peneliti secara online belum menemukan secara spesifik penelitian terdahulu yang membahas tentang meme shalat Jumat. Namun ada beberapa penelitian yang bisa dijadikan kajian terdahulu yaitu penelitian tentang meme dakwah digital. Penelitian Zanah (2021) misalnya mengungkapkan bahwa meme dakwah digital biasanya terkait dengan 4 (empat) isu penting yaitu akidah, akhlak, muamalah, dan syari'ah. Penelitian Munir (2019) justru membongkar makna meme dakwah yang memiliki makna khusus yaitu ajakan menjaga kebersihan, semangat bekerja keras, mencintai tanah air, dan

disiplin serta semangat dalam belajar. Pesan meme dakwah ini selaras dengan temuan penelitian Yunita (2021) yang menjelaskan bahwa meme dakwah bisa juga memiliki pesan tutur ekspresif tentang akhlak Islam misalnya meminta maaf dan mengucapkan terima kasih. Restendy (2019) menegaskan bahwa meme merupakan media dakwah yang efektif sebab telah memuat 4 (empat) hal penting yaitu *bid'at*, *bid'at*, *bid'at*, dan *bid'at* yang tidak terbatas jarak dan waktu dalam dunia maya. Penelitian Sunaryanto (2022a, 2022b) tentang meme ajakan shalat Jumat masih menyimpulkan makna denotasi dan konotasi tentang dakwah, budaya, dan politik identitas belum secara khusus lagi pada penafsiran tentang perempuan terkait tentang dakwah.

Teori semiotika sebagai alat analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian ini yaitu menggunakan semiotika dalam buku "*The Media Student's Book*" dari (Branston & Stafford, 2003, 2010) Semiotika dapat diartikan sebagai studi terhadap berbagai tanda (*signs*) atau produksi makna sosial melalui sistem tanda atau bagaimana sesuatu menjadi bermakna. Branston dan Stafford (2003 dan 2010) menjelaskan bahwa berpendapat bahwa bahasa verbal hanyalah salah satu dari banyak sistem makna. Dalam semiotika, gerak tubuh, pakaian, arsitektur, dan lain-lain pada dasarnya dapat dipelajari seperti bahasa verbal. Saat pertama kali semiotik dibangun, terdapat dua model penting untuk bisa memahami bahasa atau representasi. Pertama, bahasa sebagai satu refleksi dari dunia, di mana makna dunia itu sendiri selalu sudah ditetapkan (kebenaran) dan hadir pada peristiwa, orang, objek-objek yang perlu dibahasakan kemudian diekspresikan (misalnya realistik *photography* atau bentuk film). Kedua, bahasa sebagai keinginan dasar (niat) pengarang sebagai cara mengekspresikan ide-ide, berbagai perasaan yang unik untuk diri (pendekatan ini akan menghargai gaya penulisan atau fotografi yang eksentrik sebagai individu) (Branston & Stafford, 2003).

Teori semiotika penelitian ini menggunakan gagasan Ferdinand de Saussure (1990) yang menjelaskan bahwa tanda terdiri dari penanda fisik (misalnya isyarat, kata-kata, dan lain-lain) (Berger, 2014; Yakin & Totu, 2014). Petanda immaterial yaitu berupa gagasan yang terkait dengan kata-kata dan lain-lain. Saussure berpendapat bahwa kata-kata sebagai peanda verbal, memiliki hubungan yang arbitrer dengan petandanya. Tanda kemudian mengacu pada sesuatu yang selain dirinya sendiri yang disebut menandakan dan harus dipahami sebagai sebuah konsep karena bukan hal yang nyata. Semiotika menekankan bahwa persepsi kita tentang realitas itu sendiri dibangun dan dibentuk oleh kata-kata dan tanda-tanda yang kita gunakan dalam berbagai konteks sosial. Dengan membagi dunia ke dalam kategori-kategori imajinatif, dibandingkan sekedar melabelinya (Branston & Stafford, 2010)

Diskursus permasalahan di atas akan dijawab dengan pertanyaan mayor yaitu bagaimana dakwah digital meme shalat Jumat visualisasi perempuan dalam perspektif semiotika? Agar lebih mudah menjawab permasalahan yang diajukan, pertanyaan mayor akan dielaborasi dengan pertanyaan minor yaitu seperti apa tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*) dakwah digital dalam meme shalat Jumat visualisasi perempuan? Sejuah apa penafsiran makna denotasi dan konotasi dakwah digital dalam meme shalat Jumat visualisasi perempuan?

## **Metode**

Diskursus meme dakwah digital visualisasi perempuan ini dirampungkan dengan penelitian kualitatif. Pilihan penggunaan penelitian kualitatif ini dengan alasan hasil tidak bisa digeneralisasi. Peneliti hanya menafsirkan secara tekstual dan bukan melakukan hitungan angka statistik. Sebab menggunakan penafsiran untuk mendapatkan makna maka

analisis yang digunakan adalah analisis tekstual media massa (Branston & Stafford, 2010; Ida, 2014; McKee, 2003). Penelitian dengan analisis semiotika ini tidak menggunakan pendekatan kritis untuk menganalisis seperti apa makna ideologi dalam meme yang menyebar di internet. Meskipun terdapat juga beberapa penelitian untuk memaknai ideologi meme dengan menggunakan paradigma kritis (Gupta, 2014; Mufidah, 2021; Wiggins, 2019). Maka pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme mengkaji realitas alam, tetapi yang justru dibentuk berdasarkan hasil konstruksi sosial. Fokus analisis paradigma konstruktivis adalah menemukan bagaimana suatu peristiwa atau realitas dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu terbentuk. Dalam penelitian komunikasi, paradigma konstruktivisme ini sering disebut sebagai paradigma produksi makna (Hamad, 2004; Masfufah, 2020; Sobur, 2009).

Littlejohn et al (2017) menjelaskan bahwa semiotika membahas mengenai seperti apa sebenarnya makna diproduksi dan selanjutnya diinterpretasikan. Semiotika tidak berusaha menjelaskan apa arti sesuatu secara objektif atau pasti sebab yang lebih tepat adalah seperti apa arti sesuatu secara subjektif (Sunaryanto et al., 2021; Sunaryanto & Fachrul, 2021). Teori-teori dalam tradisi semiotik, kemudian, berurusan dengan bagaimana tanda-tanda bisa untuk mewakili objek, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi. Danesi (2007) menjelaskan bahwa semiotika merupakan alat analisis yang kritis dari kesadaran manusia dalam menciptakan dan memakai berbagai tanda misalnya kata-kata dan simbol untuk berpikir, berkomunikasi, mencerminkan, mentransmisikan, dan melestarikan pengetahuan. Maka definisi yang paling sederhana adalah semiotika berhubungan dengan segala sesuatu yang dapat dianggap sebagai tanda (Chandler, 2006, hal. 2).

Analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika dari Ferdinand de Saussure (1990). Saussure telah mengembangkan semiotika sebagai disiplin ilmu yang mengkaji tentang tanda dalam kehidupan sosial budaya manusia melalui bukunya *Course General Linguistic*. Dalam memahami tanda (*sign*) agar maknanya jelas secara kolektif maka semiotika digunakan berdasarkan aturan tertentu atau kode sosial yang diberlakukan dalam budaya masyarakat tertentu (Fatimah, 2020). Dalam konsep Saussure, bahasa terdiri dari beberapa gabungan tanda yang terdapat dalam satu sistem jaringan dan dapat ditata berdasarkan jumlah struktur. Setiap tanda dalam jaringan tersebut memiliki dua sisi yang tidak dapat dipisahkan seperti dua halaman pada selembar kertas. De Saussure memberikan contoh kata *arbor* dalam bahasa Latin yang artinya pohon. Kata ini adalah tanda yang terdiri dari dua segi yakni */arbor/* dan *♣* konsep pohon (Hoed, 2014). Konsep kunci yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang diajukan yaitu terbagi menjadi 5 (lima) bagian tanda (*sign*), penanda (*signifier*), petanda (*signified*), makna denotasi (*denotation*), dan makna konotasi (*connotation*) (Branston & Stafford, 2003).

Unit analisis isi teks media dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga konsep yaitu unit sampel (*sampling units*), unit pencatatan (*recording units*), unit konteks (*context units*) (Eriyanto, 2013). Unit sampel yang dipilih adalah meme yang menyebar di internet dan hanya dipilih secara *purposive sampling* sebanyak 6 (enam) meme, unit pencatatan yaitu meme dengan visualisasi perempuan, dan unit konteks adalah meme Shalat Jumat visualisasi perempuan dengan jumlah 6 (enam) meme. Teknik sampling dalam penelitian ini termasuk dalam teknik sampling non-random sampling. Pada teknik sampling ini peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara dan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2008, 2010). Penelitian ini tidak menghitung sampel penelitian secara objektif seperti penelitian kuantitatif, maka peneliti hanya berusaha mencari meme Shalat Jumat visualisasi perempuan berjudul yang menyebar di internet berdasarkan tujuan yang telah dibuat oleh peneliti.

## Hasil dan Pembahasan

Gambar 3.1 ‘Meme Shalat Jumat Berbagai Visualisasi’



Menafsirkan meme shalat Juma'at dapat diarahkan pada satu terminologi penting yaitu *cyber religion*. Kemunculan apa yang disebut sebagai *cyber religion* merupakan bentuk ekspresi keagamaan yang hampir seluruh dibangun di dalam jaringan internet (Fakhruroji, 2011; Malik, 2021; Toni et al., 2021). Dengan kata lain meminjam gagasan Campbell (2017) dan Pulcini (2017), ekspresi atau praktik keagamaan di dalam jaringan internet tidak hanya dipahami sebagai bentuk hubungan antara manusia dengan Tuhannya (baca: Allah SWT). Sebab praktik dan ekspresi keagamaan di dalam jaringan internet dipahami sebagai praktik budaya yang bagi sebagian orang justru tidak ada kaitannya dengan agama manapun. Dalam konsep *cyber religion*, masing-masing individu secara bebas membuat ekspresi keagamaan secara online di internet tanpa dibatasi dengan prinsip sakralitas atau kebenaran agama (Larsen, 2004). Maka yang terjadi kemudian sakralitas agama tidak memiliki batas yang jelas sebab nilainya melebur menjadi praktik budaya yang bersifat subjektif (Bhatia, 2021; Xu & Campbell, 2018).

Tabel 1. Meme Shalat Jumat: Visualisasi Dua Perempuan Jilbab Putih

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
	<p>Jilbab, teks  “Abang2 semua,  jgn lupa shalat  Jum’at  ya...jangan  Taunya malam  jum’at aja...^_^”</p>	Dua orang perempuan	Pahala Jumat, Poligami, Sunnah Rosul
<b>Makna Denotasi</b>	Dua orang perempuan berjilbab memberikan nasihat pada laki-laki mengingat dan melaksanakan ibadah shalat Jumat		
<b>Makna Konotasi</b>	1. Malam Jumat biasanya disebut malam sunnah Rosul.		




## 2. Pahala bagi laki-laki yang melaksanakan shalat Jumat adalah boleh poligami

Berdasarkan tabel di atas, dalam meme shalat Jumat visualisasi dua orang perempuan berjilbab yang menjadi tanda (*sign*) adalah jilbab dan teks “*Abang2 semua, jgn lupa shalat Jum’at ya...jangan Taunya malam jum’at aja...^-^*”. Penanda (*signifier*) adalah dua orang perempuan berjilbab sedang tersenyum dan penanda (*signified*) yaitu pahala shalat Jumat, poligami, dan sunnah Rasul. Makna denotasi dalam meme tersebut adalah dua orang muslimah berjilbab menasihati dan mengajak terhadap laki-laki agar melaksanakan shalat Jumat. Secara denotasi juga dapat dimaknai bahwa selama ini sebagian besar laki-laki hanya mengingat malam Jumat sebagai rangkaian ibadah sunnah dan bukan shalat Jumat yang justru menjadi kewajiban.

Makna konotasi dalam meme tersebut adalah laki-laki yang melaksanakan shalat Jumat akan mendapatkan pahala dua istri yang cantik. Secara konotasi, bagi laki-laki yang melaksanakan shalat Jumat diperbolehkan poligami dengan dua istri. Poligami sendiri memang dianjurkan dalam Al-Qur’an namun praktik pelaksanaannya justru masih menjadi perdebatan. Al-Qur’an membolehkan poligami dengan beberapa syarat fundamental yaitu keadilan. Secara konotasi justru menganggap praktik poligami merupakan bentuk diskriminasi terhadap perempuan. Dakwah digital meme dengan dua orang perempuan ini justru bermakna konotasi sebab maknanya membolehkan poligami. Selain itu, meme ibadah malam Jumat menjadi bermakna konotasi sebab malam Jumat dipahami sebagai malam sunnah rosul atau ibadah dalam bentuk hubungan suami istri. Makna ini merujuk pada bahasa teks “*Abang2 semua, jgn lupa shalat Jum’at ya...jangan Taunya malam jum’at aja...^-^*”.

**Tabel 2. Meme Shalat Jumat: Visualisasi Seorang Perempuan Jilbab Merah**

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
	Jam tangan, jilbab, baju, buku, teks ‘ <i>Abang Jangan                      Lupa Shalat                      Jum’at Ya....</i> ’	Perempuan cantik	Nasihat pentingnya shalat Jumat
<b>Makna Denotasi</b>	1. Perempuan berjilbab merah tersenyum meningkatkan lelaki untuk shalat Jumat. 2. Perempuan berjilbab sedang memegang dagu di tangan sambil tersenyum		
<b>Makna Konotasi</b>	Laki-laki yang melakukan Shalat Jumat akan mendapatkan perempuan cantik		

Berdasarkan tabel di atas, dalam meme shalat Jumat visualisasi perempuan cantik menjadi tanda (*sign*) adalah jilbab, jam, buku, meja, baju, dan teks “*Abang Jangan Lupa Shalat Jumat Ya....*”. Penanda (*signifier*) adalah seorang perempuan cantik dan penanda (*signified*) yaitu nasihat agar melaksanakan shalat Jumat. Makna denotasi bahwa terdapat seorang perempuan berjilbab merah tersenyum sambil memegang dagu di atas tangan. Perempuan berjilbab ini mengajak pada laki-laki muslim untuk melaksanakan ibadah shalat Jumat.

Makna konotasi dalam meme adalah shalat Jum'at hanya dimaknai sebagai usaha untuk mendapatkan pahala perempuan yang cantik. Maka, dalam hal kecantikan perempuan dijadikan objek untuk mengajak laki-laki agar melaksanakan ibadah shalat Jum'at. Hal ini dapat dimaknai secara konotasi laki-laki melakukan ibadah dalam Islam hanya bertujuan untuk mendapatkan wanita. Padahal, tujuan sebenarnya shalat Jum'at adalah bukan hanya untuk mendapatkan perempuan cantik. Tujuan utama pelaksanaan ibadah shalat Jum'at adalah untuk melaksanakan kewajiban yang telah ditentukan oleh Allah SWT.

**Tabel 3. Meme Shalat Jumat: Visualiasi Seorang Perempuan Jilboobs**

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
	<p>Jilbab, baju ketat, teks “<i>Abang Jangan Lupa Shalat Jumat Ya! Jangan Cuma Ingat Malam Jumat nya Doang</i>”</p>	Perempuan Jilboobs	Pahala Shalat Jumat, pornografi jilboobs
<b>Makna Denotasi</b>	Seorang perempuan jilboobs memberikan nasihat bagi laki-laki muslim agar tidak meninggalkan shalat Jumat dan nasihat agar tidak hanya mengingat malam Jumat saja.		
<b>Makna Konotasi</b>	Ibadah Shalat Jumat mendapatkan pahala perempuan Jilboobs		

Berdasarkan tabel di atas, meme shalat Jumat visualisasi perempuan jilboobs menjadi tanda (*sign*) adalah Jilbab, baju ketat, teks “*Abang Jangan Lupa Shalat Jumat Ya! Jangan Cuma Ingat Malam Jumat nya Doang*” Penanda (*signifier*) adalah perempuan Jilboobs dan penanda (*signified*) yaitu pahala shalat Jumat, pornografi jilboobs. Makna denotasi bahwa terdapat seorang perempuan seorang perempuan jilboobs memberikan nasihat bagi laki-laki muslim agar tidak meninggalkan shalat Jumat dan nasihat agar tidak hanya mengingat malam Jumat saja. Perempuan jilboobs ini mengajak pada laki-laki muslim agar selalu mengerjakan shalat Jumat karena ibadah ini merupakan kewajiban. Seruan ini ditegaskan melalui teks “*Abang Jangan Lupa Shalat Jumat Ya! Jangan Cuma Ingat Malam Jumat nya Doang*”

Makna konotasinya bahwa jilboobs digunakan sebagai media untuk mengajak pada laki-laki agar melaksanakan ibadah shalat Jumat. Padahal jilboobs secara konotasi merupakan citra buruk bagi perempuan muslimah. Jilboobs merupakan fenomena yang menyebar di media sosial yang menyindir wanita muslimah yang berjilbab namun menampakkan lekuk tubuhnya. Boobs sendiri disebut sebagai dada wanita sehingga istilah jilboobs merupakan sebutan untuk perempuan muslimah yang berhijab namun menampakkan lekuk dadanya. Dakwah digital mengajak shalat Jumat bagi laki-laki maknanya justru menyatukan antara Islam dengan pornografi.




**Tabel 4. Meme Shalat Jum'at: Visualisasi Perempuan Jilboobs Kulit Putih**

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
	<p>Jilbab, meja kayu, wajah cantik, dan teks "ayo copot kathok mas ganti sarung tros Jumat"</p>	<p>Perempuan jilboob kulit putih</p>	<p>Nasihat melaksanakan shalat Jumat, pahala perempuan cantik</p>
<b>Makna Denotasi</b>	<p>Seorang perempuan dengan jilbab pendek dengan wajah cantik dan kulit putih menasihati agar segera melepas celana dan menggantinya dengan sarung. Ajakan ini agar laki-laki muslim segera melaksanakan ibadah Shalat Jumat.</p>		
<b>Makna Konotasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pahala bagi laki-laki yang melaksanakan ibadah shalat Jumat adalah perempuan cantik.</li> <li>2. Perempuan dijadikan sebagai sarana mengajak laki-laki agar mau melaksanakan shalat Jumat.</li> </ol>		

Berdasarkan tabel di atas, meme shalat Jumat visualisasi perempuan jilboobs dengan warna kulit putih menjadi tanda (*sign*) adalah jilbab, baju ketat, wajah cantik, kulit putih dan teks "Ayo copot kathok mas ganti sarung tros Jumat". Penanda (*signifier*) adalah perempuan Jilboobs dan penanda (*signified*) yaitu nasihat melaksanakan shalat Jumat, pahala perempuan cantik. Makna denotasi dengan menggunakan bahasa Jawa, perempuan berjilbab menyeru pada laki-laki untuk mengganti celana dengan sarung kemudian melakukan ibadah shalat Jum'at. Secara denotasi nampak seorang perempuan berjilbab dengan wajah cantik dan kulit putih sambil tersenyum.

Makna konotasi dari meme adalah pahala bagi laki-laki yang melaksanakan ibadah shalat Jumat adalah perempuan cantik dengan kulit putih (jilboobs). Secara konotasi perempuan berjilbab dijadikan objek konstruksi untuk mengajak laki-laki melakukan ibadah shalat Jum'at. Dalam hal ini perempuan dengan wajah cantik dan kulit putih merupakan usaha dengan cara mengkonstruksi tubuh perempuan. Jilboob secara konotasi justru merupakan fenomena yang menjadi perdebatan di media sosial. Sebab jilboobs dianggap sebagai bentuk pelecehan terhadap Islam. Dakwah digital ajakan shalat Jumat ini menggunakan visual jilboobs menjadi sangat konotatif sebab justru dakwah menjadikan tubuh perempuan sebagai objek tanda. Penggunaan jilboobs ini dapat dimaknai bahwa dakwah lebih mementingkan konstruksi tubuh perempuan untuk mengajak laki-laki agar mau melaksanakan ibadah shalat Jumat.


Tabel 5. Meme Shalat Jumat: Visualiasi Sekelompok Perempuan Berjilbab

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
	<p>Jilbab, bibir, mata, hidung, baju, Teks  <i>"Baru pulang Shalat Jumat ya Calon Imamku. Sini cium dulu"</i></p>	<p>Sekelompok perempuan</p>	<p>Pahala shalat Jumat, pemimpin, perempuan penggoda</p>
<b>Makna Denotasi</b>	<p>Beberapa perempuan berjilbab dengan warna hitam, putih, dan kuning berkumpul. Mereka menampakkan bibir merah untuk mencium bagi laki-laki yang sudah selesai melaksanakan shalat Jumat.</p>		
<b>Makna Konotasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Laki-Laki yang melaksanakan shalat Jumat mendapatkan pahala ciuman dari banyak perempuan.</li> <li>2. Perempuan muslimah berjilbab suka sebagai penggoda laki-laki</li> </ol>		

Berdasarkan tabel di atas, dalam meme shalat Jumat visualisasi sekelompok perempuan yang menjadi tanda (*sign*) adalah jilbab, bibir, mata, hidung, baju, Teks "*Baru pulang Shalat Jumat ya Calon Imamku. Sini cium dulu.*" Penanda (*signifier*) adalah sekelompok perempuan dengan wajah menggoda laki-laki dan petanda (*signified*) yaitu pahala shalat Jumat, pemimpin, perempuan penggoda. Makna denotasi bahwa terdapat sekelompok perempuan berjilbab mengajak atau menyeru pada laki-laki muslim untuk terus melaksanakan ibadah shalat Jumat. Seorang laki-laki yang melaksanakan shalat Jumat disebut sebagai calon pemimpin yang baik Dalam keluarga, laki-laki yang melaksanakan shalat Jumat adalah tipologi imam atau kepala keluarga yang baik.

Makna konotasinya bahwa Islam mewajibkan laki-laki melaksanakan shalat Jumat hanya sebatas untuk mendapatkan pahala perempuan cantik. Secara konotasi lainnya, perempuan muslimah berjilbab suka sebagai penggoda laki-laki. Dalam hal ini sebenarnya perempuan menjadi objek seksual bagi laki-laki muslim yang sudah melaksanakan shalat Jumat. Teks yang berbunyi "*Baru pulang Shalat Jumat ya Calon Imamku. Sini cium dulu*" dapat di maknai bahwa perempuan dengan senang hati menjadi penggoda untuk laki-laki. Selain itu, makna konotasinya adalah bahwa seorang pemimpin yang baik hanya diukur dengan pelaksanaan shalat Jumat saja. Padahal, tentunya dalam Islam syarat seorang laki-laki bisa menjadi imam atau pemimpin yang baik harus memenuhi banyak syarat. Makna konotasi yang lain bahwa dalam Islam, pahala yang diberikan kepada laki-laki yang rajin beribadah adalah perempuan-perempuan cantik. Maka, dakwah digital dalam meme ini bermakna konotasi sebab wanita justru dijadikan objek seksual untuk mengajak laki-laki agar melaksanakan shalat Jumat.

**Tabel 6. Meme Shalat Jumat: Visualisasi Perempuan Berjilbab sedang Berdoa**

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
<p><b>SHOLAT JUMAT DULU MAS</b></p>  <p><b>TAK DOAKAN DAPAT ISTRI CANTIK DAN SHOLIHAH</b></p>	<p>Jilbab, tangan, dan teks “<i>Shalat Jumat dulu mas. Tak doakan dapat istri cantik dan sholihah</i>”</p>	<p>Perempuan berdoa</p>	<p>Pahala shalat Jumat, istri cantik dan sholihah</p>
<b>Makna Denotasi</b>	<p>Seorang perempuan berjilbab warna orange berdiri sambil menengadahkan tangan (berdoa). Bagi laki-laki yang mengerjakan Shalat Jumat oleh dirinya akan didoakan mendapatkan istri yang cantik dan sholihah.</p>		
<b>Makna Konotasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ibadah shalat Jumat bagi seorang laki-laki muslim hanya berharap pahala seorang istri cantik.</li> <li>2. Perempuan dijadikan sebagai sarana mengajak laki-laki agar mau melaksanakan shalat Jumat.</li> </ol>		

Berdasarkan tabel di atas, dalam meme shalat Jum’at visualisasi sekelompok perempuan yang menjadi tanda (*sign*) jilbab, tangan, dan teks “*Shalat Jumat dulu mas. Tak doakan dapat istri cantik dan sholihah*”. Penanda (*signifier*) adalah perempuan berdoa dan petanda (*signified*) pahala shalat Jumat, istri cantik dan sholihah. Makna denotasi terdapat seorang perempuan yang mengajak dan menyeru kepada laki-laki muslim untuk melaksanakan ibadah shalat Jumat. Bagi laki-laki yang sudah melakukan kewajiban melakukan ibadah shalat Jumat maka akan didoakan agar mendapatkan istri yang cantik dan sholihah.

Makna konotasinya bahwa ibadah shalat Jumat bagi seorang laki-laki muslim hanya berharap pahala seorang istri cantik. Hal ini juga dapat dimaknai bahwa perempuan semacam dijadikan hadiah bagi para lelaki yang sudah melaksanakan shalat Jumat. Perempuan dijadikan sebagai objek untuk mengajak laki-laki agar mau melaksanakan shalat Jumat. Padahal sejatinya ibadah shalat Jum’at bukan hanya berharap mendapatkan istri yang cantik. Ibadah shalat Jumat bagi laki-laki merupakan kewajiban yang justru manusia berharap pahala khusus dari Allah SWT. Kesimpulannya, makna dakwah digital meme visualisasi perempuan berdoa ini bahwa perempuan hanya dijadikan objek untuk mengajak laki-laki agar melaksanakan ibadah shalat Jumat.

Tabel 7. Meme Shalat Jumat: Visualisasi Perempuan Jilbab PNS

Gambar Meme	Sign	Signifier	Signified
	<p>Jilbab, baju seragam PNS, logo PNS Kota Depok, Jam tangan berwarna biru, teks 'Ayo ...sholat Jumat jangan kerja terus'</p>	<p>Perempuan berjilbab bekerja sebagai PNS Kota Depok</p>	<p>Pahala Shalat Jumat, akhirat, mencari nafkah</p>
<b>Makna Denotasi</b>	<p>Seorang perempuan berjilbab cantik menggunakan seragam kota PNS Kota Depok sedang duduk. Tangannya memangku dagunya dan terlihat Jam berwarna biru di lengannya. Pada seragam PNS yang digunakan terdapat logo bertuliskan Kota Depok</p>		
<b>Makna Konotasi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak lelaki lebih mengutamakan kerja dibandingkan shalat Jumat.</li> <li>2. Shalat Jumat mendapatkan pahala perempuan cantik.</li> <li>3. Shalat Jumat harus menggunakan perempuan cantik sebagai motivasi</li> </ol>		

Berdasarkan tabel di atas, dalam meme shalat Jumat Visualisasi Perempuan Jilbab PNS yang menjadi tanda (*sign*) Jilbab, baju seragam PNS, logo PNS Kota Depok, jam tangan berwarna biru, teks 'Ayo ...sholat Jumat jangan kerja terus.' Penanda (*signifier*) adalah perempuan berjilbab bekerja sebagai PNS Kota Depok dan petanda (*signified*) adalah pahala Shalat Jumat, akhirat, mencari nafkah. Makna denotasi dalam meme adalah seorang perempuan berjilbab cantik menggunakan seragam kota PNS Kota Depok sedang duduk. Tangannya memangku dagunya dan terlihat Jam berwarna biru di lengannya. Pada seragam PNS yang digunakan terdapat logo bertuliskan Kota Depok

Makna konotasinya bahwa banyak laki-laki meninggalkan kewajiban Shalat Jumat dan lebih mementingkan bekerja. Maka agar para laki-laki meninggalkan pekerjaannya dan melaksanakan Shalat Jumat harus dimotivasi oleh perempuan cantik. Perempuan cantik merupakan pahala yang khusus diberikan bagi laki-laki yang mengerjakan ibadah Shalat Jumat. Secara konotasi kemudian perempuan berjilbab dijadikan objek seksual untuk menarik minat laki-laki muslim agar mau melaksanakan ibadah Shalat Jumat. Dakwah dalam meme ini kemudian bermakna stereotipe terhadap perempuan berjilbab. Padahal, pelaksanaan ibadah Shalat Jumat bukan karena untuk mendapatkan perempuan cantik tapi karena wujud ketakwaan terhadap Allah SWT

Hasil analisis di atas selanjutnya akan didiskusikan dengan teori yang relevan dan beberapa hasil penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini. Penafsiran makna denotasi dan konotasi dalam meme tersebut tentu tidak dapat digeneralisasi. Sejalan dengan pandangan semiotika itu sendiri yang lebih menekankan pada penafsiran berdasarkan konteks dan konteks (Branston & Stafford, 2003; Ida, 2014; McKee, 2007). Para pembaca meme berada konteks sosial yang berbeda-beda sehingga makna penafsiran meme juga berbeda-beda. Beberapa tanda, petanda, dan petanda yang digunakan meme yang dianalisis tersebut juga tidak sama. Tidak ada kesepakatan antar satu pembuat meme dengan pembuat meme lainnya. Saat meme masuk ruang media siber, maka penafsiran.

Menggunakan teori semiotika Saussure dalam gagasan Branston dan Stafford (2003) tanda biasanya berwujud benda fisik. Pada meme yang telah dianalisis di atas terdapat tanda khusus yang digunakan yaitu jilbab. Secara empiris, penggunaan jilbab sendiri sering kali terjadi perdebatan di kalangan umat Islam. Perdebatan itu misalnya seperti apa kemudian jilbab harus digunakan atau bentuk jilbab seperti apa yang bisa digunakan oleh perempuan muslim. Jilbab digunakan oleh muslimah tidak hanya perintah agama namun juga wujud perlindungan diri sekaligus mengikuti gaya hidup modern dan trend budaya masyarakat tertentu (Yulcin, 2020). Jilbab dalam hal ini pesannya menjadi sangat umum dan tidak hanya bermakna dakwah *an sich*. Jilbab bagi perempuan muslimah juga digunakan sebagai simbol-simbol perlawanan simbolik terhadap kehadiran budaya modern. Pada makna ini jilbab dikonstruksi sebagai perintah menjalankan kewajiban agama sekaligus sebagai konstruksi identitas muslimah dalam melawan budaya modern yang dianggap sekuler (Awalia, 2016).

Selaras dengan analisis di atas, bahwa jilbab sebagai tanda maknanya tentu subjektif dan tidak monolitik. Jilbab dalam ruang media massa juga dikonstruksi maknanya dengan berbagai pendekatan. Analisis di atas misalnya jilbab maknanya dikonstruksi sebagai objek seksual bagi laki-laki yang menjalankan ibadah Shalat Jum'at. Hal ini selaras dengan studi Tabrani ZA et al (2019) dkk bahwa sejatinya tubuh perempuan disorot dan diregulasikan dalam kancan paling esensial dari laku hidup manusia [agama], melalui penertiban perilaku, pakaian, dan segmen-segmen hidup yang lain. Tafsir-tafsir agama diwacanakan secara massif tanpa celah kritis sedikit pun, untuk memberikan satu narasi tunggal tentang stereotype perempuan melalui presentasi sebagai konstruksi kultural, yaitu media.

Sebagai penanda dalam meme adalah tubuh perempuan cantik yang menggunakan jilbab. Secara makna, tubuh perempuan cantik menggunakan jilbab ini akhirnya menjadi objek yang lepas dari makna dakwah itu sendiri. Meminjam konsep Saptandari (2013), tubuh perempuan dikonstruksi dalam dinamika budaya sebagai bentuk yang *liyan*. Maka akan muncul berbagai pertanyaan, gagasan tentang apa tubuh itu, apa artinya, nilai moralnya dan nilai-nilai bagian penyusunnya, batas-batas tubuh, utilitas sosialnya dan nilai simbolisnya, singkatnya, bagaimana tubuh didefinisikan baik secara fisik maupun sosial, sangat bervariasi. dari orang ke orang, dan telah berubah secara dramatis dari waktu ke waktu. Satu kata, tubuh, karenanya dapat menandakan realitas dan persepsi yang sangat berbeda tentang realita (Synnott, 2022).

Menurut Branston dan Stafford (2003) cara memaknai tentang tanda dan petanda menjadi petanda adalah proses konstruksi makna sosial. Jilbab dan tubuh perempuan muslimah pada akhirnya menjadi objek yang dikonstruksi secara dinamis. Makna dakwah digital melalui meme visualisasi perempuan berjilbab sejalan dengan gagasan konstruksi sosial yang tentunya subjektif. Penggunaan jilbab dalam tubuh perempuan pada akhirnya menjadi persoalan otonomi bagi perempuan sendiri. Sebab secara subjektif penggunaan jilbab dan tubuh perempuan sebagai bagian dakwah digital merupakan persoalan *epistemology of ignorance* (Pertiwi & Asnawi, 2022). Hal ini sepertinya membenarkan gagasan bahwa jilbab dan tubuh perempuan muslimah bukan hanya pemenuhan kebutuhan agama (baca: dakwah) akan

tetapi realitas sosial yang dikonstruksi agar lebih religius tetapi menjadi *life style* (Yulikhah, 2016).

Jika merujuk pada makna dakwah yang artinya menyeru, mengajak dan memanggil kepada ajaran Islam (Bakti, 2005; Bayanuniy, 2010; Ismail, 2006), maka meme shalat Jum'at tersebut disebut sebagai media dakwah digital. Penanda (*signifier*) yang digunakan adalah perempuan berjilbab merupakan pengganti da'iyah (pendakwah perempuan) di dunia nyata. Meskipun pada akhirnya penggunaan gambar perempuan sebagai representasi pendakwah perempuan ini memunculkan masalah pemaknaan. Sebab justru memunculkan petanda (*signified*) yang multiinterpretasi, misalnya justru perempuan dimaknai sebagai objek seksual bagi laki-laki. Dakwah menggunakan berbagai media meme di internet memiliki makna denotasi dan konotasi. Dapat disimpulkan bahwa pemaknaan meme dakwah ini tergantung seperti gambar yang digunakan dan seperti apa konteks budaya dan ideologi orang yang membaca meme tersebut.

Misalnya pada meme yang dijelaskan di atas menggunakan dua gambar perempuan berjilbab. Secara denotasi, ajakan untuk melaksanakan shalat Jumat bagi laki-laki merupakan bahasa dakwah. Ajakan ini dianalogikan seperti seorang pendakwah perempuan yang mengajak shalat Jumat pada mad'u. Namun penggunaan gambar dua perempuan berjilbab ini juga memunculkan masalah makna. Sebagai pembaca yang aktif meme tersebut secara konotasi maknanya adalah ibadah Shalat Jumat bagi laki-laki adalah usaha mendapatkan dua istri. Hal ini berarti Islam secara tegas membolehkan poligami bagi laki-laki yang melaksanakan shalat Jumat. Padahal pada konteksnya, poligami saat ini misalnya di Indonesia masih terus menjadi perdebatan.

Pada meme selanjutnya adalah dengan perempuan *jilboobs*, secara denotasi teks yang digunakan merupakan bahasa dakwah. Meme mengajak laki-laki muslim untuk mengingat ibadah Shalat Jumat yang selama ini hanya mengingat malam Jumat. Term sindiran malam Jumat ini adalah konotasi yang sering muncul di kalangan masyarakat muslim. Bahwa malam Jumat secara konotasi dimaknai sebagai ibadah khusus yang dilakukan oleh suami istri. Padahal pada konteksnya ibadah malam Jumat adalah ibadah yang memang dikhususkan terhadap Allah SWT bukan ibadah khusus hubungan suami istri.

Penggunaan muslimah *jilboobs* bermakna konotasi sebab fenomena *jilboobs* sebenarnya lebih dekat dengan pornografi. Ajakan Shalat Jumat menggunakan muslimah *Jilboobs* dapat dimaknai bahwa dakwah sendiri bisa menggunakan perempuan sebagai objek. Jika melihat meme *jilboobs* tersebut maka laki-laki akan memaknai dengan berbagai sudut pandang. Sebab dalam Islam sendiri, saat ini juga masih memunculkan berbagai perdebatan seperti apa perempuan harus tampil di ruang publik. Perdebatan juga muncul untuk menempatkan seperti apa perempuan yang Islamis harus menggunakan pakaian. Maka, meme dakwah digital menggunakan *jilboobs* justru memiliki makna yang lebih dekat dengan pornografi.

Selanjutnya meme shalat Jumat visualisasi sekelompok perempuan dengan tanda (*sign*) adalah jilbab, bibir, mata, hidung, baju, Teks "*Baru pulang Shalat Jumat ya Calon Imamku. Sini cium dulu.*" Secara denotasi hal ini bermakna dakwah bahwa pemimpin atau imam dalam Islam yang baik adalah rajin beribadah kepada Allah SWT. Dalam ini Islam sangat menghargai seorang pemimpin atau imam yang telah melaksanakan ibadah shalat terhadap Allah SWT. Namun secara konotasi kata "*sini cium dulu*" dapat dimaknai secara negatif. Dakwah menggunakan kata ini menimbulkan berbagai makna yang tidak monolitik. Setiap orang atau pembaca meme merupakan orang yang dipengaruhi oleh konteks budaya tertentu.



Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa meme Jumat dapat dimaknai oleh pembaca berdasarkan konteks budaya dan ideologi masing-masing pembaca meme. Teknologi internet telah merubah cara dakwah yang lama dengan cara dakwah yang baru. Hal ini kemudian berimplikasi terminologi dakwah itu sendiri harus didekonstruksi ulang. Selama ini dakwah hanya dimaknai sebagai usaha penyampaian ajaran Islam melalui ceramah atau khutbah. Terminologi dakwah juga hanya dipahami dalam ruang-ruang majelis taklim atau masjid. Dakwah saat ini bisa menggunakan berbagai media digital yang menyebar melalui jaringan internet (Ristianto et al., 2020; Sunaryanto & Syamsuri, 2022). Dalam konteks penelitian ini adalah gambar digital berwujud meme shalat Jumat dengan visualisasi perempuan.

### **Kesimpulan**

Konstruksi makna sosial jilbab dan tubuh perempuan muslimah pada akhirnya menjadi objek yang dikonstruksi menjadi persoalan agama dan budaya populer. Makna dakwah digital melalui meme visualisasi perempuan berjilbab dikonstruksi sejalan dengan konteks budaya dan ideologi pembuat meme dan pembaca meme. Penggunaan jilbab dalam tubuh perempuan membentuk ruang otonomi bagi perempuan Muslimah yang termediatisasi. Penggunaan jilbab dan tubuh perempuan menjadi bagian dakwah digital merupakan persoalan konstruksi agama, budaya, dan seksualitas. Jilbab dan tubuh perempuan muslimah dalam meme ajakan shalat Jumat pada akhirnya bukan hanya bermakna ajakan kepada ketakwaan (*piety*) tetapi realitas sosial yang dikonstruksi sebagai objek seksual yang religius.

Tanda (*sign*) dakwah digital dalam meme shalat Jumat adalah jilbab. Penanda (*signifier*) dakwah digital dalam meme adalah perempuan berjilbab, fenomena *jilboobs*, dan perempuan muslimah berdoa. Petanda (*signified*) dakwah digital meme tersebut pahala shalat Jumat, sunnah Rasul, dan pornografi. Makna denotasi dakwah digital dalam meme tersebut yaitu seorang laki-laki beragama Islam tidak boleh meninggalkan ibadah Shalat Jumat. Sebab ciri seorang pemimpin atau imam yang baik bagi seorang perempuan adalah laki-laki yang menunaikan kewajiban ibadah shalat Jumat. Shalat Jumat harus dipahami oleh laki-laki muslim dibandingkan dengan ibadah malam Jumat (yaitu hubungan suami istri).

Secara konotasi dakwah digital menggunakan meme visualisasi perempuan bahwa ibadah shalat Jumat hanya bertujuan untuk mendapatkan pahala seorang perempuan. Tubuh perempuan yaitu *jilboobs* dikonstruksi untuk menyeru laki-laki agar mau melaksanakan ibadah shalat Jumat. Makna konotasi yang lain bahwa dalam Islam, pahala yang diberikan kepada laki-laki yang rajin beribadah adalah perempuan-perempuan cantik. Sehingga, dakwah digital dalam meme ini bermakna konotasi sebab wanita justru dikonstruksi tanda, penanda, dan petanda untuk mengajak laki-laki agar melaksanakan shalat Jumat. Simpulan pentingnya adalah tubuh perempuan muslimah di konstruksi sebagai objek seksual untuk mengajak laki-laki muslim agar melaksanakan ibadah shalat Jumat.

Hasil penelitian ini masih menggunakan sampel meme shalat Jumat dengan visualisasi perempuan yang terbatas. Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan meme yang lain untuk mendapatkan hasil pemaknaan yang berbeda. Semiotika Ferdinand De Saussure yang dielaborasi dari buku "*The Media Student's Book*" yang dikembangkan oleh Branstson dan Stafford inipun masih sederhana. Para peneliti lain bisa merujuk pada teori Semiotika Ferdinand de Saussure lebih lanjut untuk mengembangkan sendiri semiotika sebagai alat analisis teks media. Secara praktis, hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi pembuat meme dakwah di era internet agar memperbanyak meme dakwah dengan tema yang lain.

## Referensi

- Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Adeni. (2020). Online Religion and Rethinking the Da'wah Authority Toward an Inclusive Da'wah: a Conceptual Study. *Jurnal Dakwah*, 21(1). <https://doi.org/10.14421/jd.2112020.4>
- Aguilar, G. K., Campbell, H. A., Stanley, M., & Taylor, E. (2017). Communicating Mixed Messages About Religion Through Internet Memes. *Information Communication & Society*, 20(10), 1498–1520. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1229004>
- Ali, I. (2020). Muslim Women Meme-ing Citizenship in the Era of War on Terror Militarism. *Quarterly Journal of Speech*, 106(3), 334–340. <https://doi.org/10.1080/00335630.2020.1785629>
- Amalia, R. (2018). *Hukum Pelaksanaan Salat Juma'at Selain di Masjid (Analisis Fatwa MUI No. 53 Tahun 2016)*. Skripsi S1, Konsentrasi Perbandingan Mazhab Fiqih, Program Studi Perbandingan Mazhab dan Hukum, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ariani, I., & Rachmadani, F. (2020). Internet memes with feminist content as a communication media of philosophical meaning through building a deep understandings on women's positions. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(2), 106–123. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3602-07>
- Arora, A. (2017). The Death of The Author (By Roland Barthes). *International Journal of Recent Research in Social Sciences and Humanities (IJRRSSH)*, 4(2), 176–179.
- Astuti, Y. D. (2017). Kontruksi Perempuan dalam Media Baru: Analisis Semiotik Meme Ibu-Ibu Naik Motor di Media Sosial. *Palastren: Jurnal Studi Gender*, 10(2). <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2679>
- Awalia, N. (2016). *Jilbab dan Identitas Diri Muslimah (Studi Kasus Persepsi Pergeseran Identitas Diri Muslimah di Komunitas "Solo Hijabers" Kota Surakarta)* [Naskah Publikasi Ilmiah, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://core.ac.uk/download/pdf/148611327.pdf>
- Ayo-Obiremi, I., & Adelabu, O. (2020). Audience as Consumers: The Emergence of Media Audience as Gods. *International Journal of Humanities, Social Sciences and Education*, 7(7), 85–91. <https://doi.org/10.20431/2349-0381.0707010>
- Bakti, A. F. (2004). *Communication and Family Planning in Islam Indonesia: South Sulawesi Muslim Perceptions of a Global Development Program*. INIS.
- Bakti, A. F. (2005). Globalisasi: Dakwah Cerdas Era Globalisasi antara Tantangan dan Harapan [Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang]. In *Seminar Nasional Sehari Tentang "Globalisasi: Tantangan dan Harapan Dakwah Masa Depan."* <https://c3huria.wordpress.com/2015/01/28/globalisasi-dakwah-cerdas-era-globalisasi-antara-tantangan-dan-harapan/>
- Barbakov, O. M., Vinogradova, M. V., & Shatsky, A. A. (2018). Social portrait of online media audience: Changing trends and preferences among Russians. *Media Watch*, 9(3), 383–396. <https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i3/49496>

- Bayanuniy, M. A. A.-F. Al. (2010). *Ilmu Dakwah Prinsip dan Kode Etik*. Akademika Pressindon.
- Bellar, W., Campbell, H. A., Cho, K. J., Terry, A., Tsuria, R., Yadlin-Segal, A., & Ziemer, J. (2017). Reading Religion in Internet Memes. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 2(2), 1–39. <https://doi.org/10.1163/21659214-90000031>
- Berger, A. A. (2014). Semiotics and Society. *Society*, Vol. 51(1), 22–26. <https://doi.org/10.1007/s12115-013-9731-4>
- Bhatia, K. V. (2021). Religious Subjectivities and Digital Collectivities on Social Networking Sites in India. *Studies in Indian Politics*, 9(1), 21–36. <https://doi.org/10.1177/2321023021999141>
- Branston, G., & Stafford, R. (2003). *The Media Student's Book* (3 ed.). Routledge Taylor & Francis Group.
- Branston, G., & Stafford, R. (2010). *The Media Student's Book* (5 ed.). Routledge.
- Campbell, H. A. (2017). Surveying theoretical approaches within digital religion studies. *New Media and Society*, 19(1), 15–24. <https://doi.org/10.1177/1461444816649912>
- Castells, M. (2022). *The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective*. <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-impact-of-the-internet-on-society-a-global-perspective/>
- Chandler, D. (2006). *Semiotics the Basics* (2 ed.). Routledge Taylor & Francis Group.
- Danesi, M. (2007). *The Quest for Meaning: A Guide to Semiotic Theory and Practice*. University of Toronto Press.
- Dawkins, R. (2006). The Selfish Gene. In *New Scientist* (Vol. 214, Nomor 2865). Oxford University Press. [https://doi.org/10.1016/S0262-4079\(12\)61286-X](https://doi.org/10.1016/S0262-4079(12)61286-X)
- Díaz, C. M. C. (2013). Defining and Characterizing the Concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, Vol. 6(1, Enero-Junio). <https://doi.org/10.21615/2642>
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Fakhruroji, M. (2011). *Islam Digital*. Sajjad Publishing.
- Fatimah. (2020). *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (Syahril (ed.)). Gunadarma Ilmu.
- Gainous, J., Abbott, J. P., & Wagner, K. M. (2021). Active vs. Passive Social Media Engagement with Critical Information: Protest Behavior in Two Asian Countries. *International Journal of Press/Politics*, 26(2), 464–483. <https://doi.org/10.1177/1940161220963606>
- Gupta, A.-Y. (2014). *Internet Memes and Ideology*. [https://www.academia.edu/8166207/Internet\\_Memes\\_and\\_Ideology](https://www.academia.edu/8166207/Internet_Memes_and_Ideology)
- Hamad, I. (2004). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999). *Makara, Sosial Humaniora*, Vol. 8(1, April). <https://doi.org/10.7454/mssh.v8i1.77>
- Hidayat, H. N., & Immerly, T. (2020). Pelecehan Terhadap Perempuan Dalam Meme. *Kafa'ah: Journal of Gender Studies*, 10(2). <https://doi.org/10.15548/jk.v10i2.330>
- Hidayatullah, B. Y. (2017). *Memahami Mitos Jokes Meme yang Menggunakan Perempuan*.

<https://media.neliti.com/media/publications/189914-ID-memahami-mitos-jokes-meme-yang-menggunakan.pdf>

- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Komunitas Bambu.
- Ibrahim, O. M. N. S. A. (2019). *Textual and Visual Representation of Hijab in Internet Memes and Gifs*. Master of Arts in Journalism and Mass Communication, Department of Journalism and Mass Communication, Department of Journalism and Mass Communication.
- Ida, R. (2014). *Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenada Media Group.
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah* (A. Kamsyah (ed.); 2 ed.). Remaja Rosdakarya.
- Imron, A. (2019). The Millennial Generation, Hadits Meme, And Identity Politics: The New Face of Political Contestation in Contemporary Indonesia. *Ulul Albab: Jurnal Studi Islam*, 20(2), 255–283. <https://doi.org/10.18860/ua.v20i2.5675>
- Ismail, A. I. (2006). *Paradigma Dakwah*. Pena Madani Press.
- Jordan, T. (2013). *Internet, Society and Culture: Communicative Practices before and After the Internet*. Bloomsbury Academic.
- Larsen, E. (2004). Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online. In L. L. Dawson & D. E. Cowan (Ed.), *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Listiyorini, A. (2017). Wacana Humor dalam Meme di Media Online Sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia. *Jurnal Litera*, 16(1), 64–77.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11 ed.). Waveland Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology*. Routledge Taylor & Francis Group.
- MacGregor, P. (2007). Tracking the online audience: Metric data start a subtle revolution. *Journalism Studies*, 8(2), 280–298. <https://doi.org/10.1080/14616700601148879>
- Malik, H. (2021). Cyber Religion dan Real Religion di Tengah Masyarakat Digital. *Jurnal Komunika*, 4(1), 63–78.
- Masfufah, A. (2020). Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Lirik Lagu “Menoleh” Oleh Pandji Pragiwaksono). *AL Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11(2), 143–152.
- McKee, A. (2003). *Textual Analysis: A Beginner's Guide*. SAGE Publications Ltd.
- McKee, A. (2007). *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing Ltd.
- Miski. (2021). Amplifikasi Ajaran Islam dalam Meme Hadis Larangan Perempuan Bepergian Tanpa Mahram di Media Sosial Indonesia. *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis*, 2(1), 230–254. <https://doi.org/10.14421/qh.2021.2201-11>
- Mufidah, A. N. (2021). *Semiotics Intertextuality of Political Humor Memes* [Skripsi S1, Department of English Literature, Faculty of Humanities, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/35130/1/16320199.pdf>

- Mukaromah, K. (2020). Wacana Kesetaraan Gender dalam Meme Hadis: Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Mubadalah.id. *Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadis*, 10(2).
- Munir, M. S. (2019). *Nilai-Nilai Dakwah Dalam "Meme Tuman" Di Akun Instagram Khofifah Indar Parawansa Skripsi*. Skripsi S1, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Murtiasih, D. (2020). *Semiotics Analysis of Meme for Woman At @9gaagrily Instagram Account* [Thesis S1, Departement of English Literature Faculty of Humanities, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/22011/1/15320195.pdf>
- Nurlaili, A. (2018). *Pro-Kontra Isu Transgender di Indonesia Melalui Meme Lucinta Luna dalam Akun Instagram Lucintaluna.fansbase*. [https://repository.unair.ac.id/87143/5/JURNA\\_AMALIAH\\_NURLAILI\\_071511533060L.pdf](https://repository.unair.ac.id/87143/5/JURNA_AMALIAH_NURLAILI_071511533060L.pdf)
- Pertiwi, S., & Asnawi, N. (2022). Membaca Persoalan Hijab Dan Otonomi Perempuan Melalui Epistemology Ignorance. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 12(2). <https://doi.org/10.17510/paradigma.v12i2.666>
- Potts, J. (2023). *The Near-Death of The Author: Creativity in The Internet Age*. University of Toronto Press.
- Priya, M. K. (2020). Roland Barthes "The Death of The Author." *GAP iNTERDISCIPLINARITIES: A Global Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(3), 57–59.
- Pulcini, T. (2017). Book Reviews: Religion and Internet. *Journal of Contemporary Religion*, 32(3), 513–514. <https://doi.org/10.1080/13537903.2017.1363455>
- Restendy, M. S. (2019). Meme dan Vlog Sebagai Medium Dakwah Yang Efektif di Internet. *Jurnal Kopis*, 1(2), 1–25. <https://doi.org/10.33367/kpi.v1i2.749>
- Ristianto, D., Putri, A. R., & Illanangingtyas, T. (2020). Pesan Dakwah Akhlak dalam Animasi Serial Nusa dan Rara Pada Episode Toleransi di Media Youtube: Analisa Simiotik Roland Barthes. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(01), 28–36. <https://doi.org/10.33367/kpi.v3i01.1567>
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>
- Saptandari, P. (2013). Beberapa Pemikiran tentang Perempuan dalam Tubuh dan Eksistensi. *BioKultur*, 2(1), 53–71.
- Sarwat, A. (2018). *Hukum-Hukum Terkait Ibadah Shalat Jumat* (Al-Fatih (ed.)). Rumah Fiqih Pubsihing. <http://eprints.radenfatah.ac.id/2439/1/fiqh.pdf>
- Saussure, F. De. (1990). *Cours De La Linguistique Generale*. Plon.
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 18(3). <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- Shofi'i, E. N. (2021). Meme Poligami (Studi Q.S. An-Nisa' Ayat 3). *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1). <https://jurnal.unugha.ac.id/index.php/hjh/article/view/190>

- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Stamenković, I. (2020). Online Audience in Digital Media Network. *Media Studies and Applied Ethics*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.46630/msae.1.2020.05>
- Sudibyo, A. (2021). *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan* (A. Y. Wihartono & G. A. Putro (ed.)). Kepustakaan Populer Gramedia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian* (Alfabeta (ed.)).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sunaryanto. (2022a). Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Shalat Jum'at: Perspektif Semiotika. *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 124–150. <https://doi.org/10.15408/interaksi.v2i2.26331>
- Sunaryanto. (2022b). Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Shalat Jum'at. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(2), 1–20. <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i2>
- Sunaryanto, Bakti, A. F., & Soleha, Y. (2021). Meme Korupsi Dana Bantuan Sosial Covid-19 Juliari Batubara di Media Siber: Perspektif Meaning and Media. *Jurnal Desain*, 9(3), 339–354. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11396>
- Sunaryanto, & Fachrul, A. F. (2021). Semiotika Berita Kerusuhan Tolikara di Media Online. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 1(2), 24–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/jg.v1i2.870>
- Sunaryanto, & Syamsuri, A. R. (2022). Semiotika Dakwah Digital dalam Meme Ajakan Salat Jumat. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(02), 1–22. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Synnott, A. (2022). *The Body Social: Symbolism, Self and Society*. Taylor & Francis e-Library. <https://doi.org/10.2307/3341866>
- Tabrani ZA, Idris, S., & Hayati. (2019). Islam dan Kuasa Seksualitas Perempuan di Indonesia. *Yin Yang: Jurnal Studi Islam, Gender dan Anak*, 14(1), 17–32.
- Toni, H., Rolando, D. M., Yazid, Y., & Putra, R. A. (2021). Fenomena Cyber Religion sebagai Ekspresi Keberagamaan di Internet pada Komunitas Shift (Cyber Religion Phenomenon as a Religious Expression on the Internet in the Shift Community). *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(1), 56–74. <https://doi.org/10.24014/jdr.v32i1.11626>
- Wiggins, B. E. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Xu, S., & Campbell, H. A. (2018). Surveying digital religion in China: Characteristics of religion on the Internet in Mainland China. *Communication Review*, 21(4), 253–276. <https://doi.org/10.1080/10714421.2018.1535729>
- Yakin, H. S. M., & Totu, A. (2014). The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief Comparative Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 155, 4–8. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>
- Yakin, S. (2018). Antropologi Dakwah: Menimbang Sebuah Pendekatan Baru Studi Ilmu



- Dakwah. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 22(1), 56–67.
- Yar, M. (2014). *The Cultural Imaginary of The Internet: Virtual Utopias and Dystopias*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137436696.0001>
- Yulcin, M. (2020). Jilbab Sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1–14.
- Yulikhah, S. (2016). Jilbab Antara Kesalehan Dan Fenomena Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(1). <https://doi.org/10.21580/jid.v36i1.1627>
- Yunita, E. (2021). *Tindak Tutur Ekspresif dalam Meme Dakwah Islam di Media Sosial Facebook dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Teks Anekdote di SMA*. Skripsi S1, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
- Zanah, E. M. (2021). *Meme Komik Sebagai Media Dakwah (Analisis Semiotika Pada Postingan Komunitas Facebook "Meme Dakwah Islam")*. Skripsi S1, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Zhao, T. (2019). Analysis of the Concept of Audience in the Digital Age. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 300(Erss 2018), 132–137. <https://doi.org/10.2991/erss-18.2019.26>