

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi.

Djajusman Tanadukisimah sebagaimana dikutip oleh Anwar Arifin merumuskan bahwa komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan. Anwar Arifin juga mendefinisikan komunikasi adalah pesan dan tindakan manusia dalam konteks sosial dengan segala aspeknya. Dengan demikian, komunikasi mencakup semua jenis pesan dan dilakukan oleh manusia tanpa mengenal perbedaan agama, ras, suku, dan bangsa¹³

Menurut Mulyana, komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis, dan timbal balik.¹⁴

Maka Komunikasi adalah penyampaian pesan baik secara dinamis secara verbal maupun nonverbal kepada komunikan dengan mengharap atau tidaknya sebuah timbal balik. Tujuan utamanya adalah penyampaian informasi yang menjadi kebutuhan manusia dan menajalin interaksi sosial.

Dengan demikian komunikasi merupakan hal peting dalam kehidupan sehari-hari, karena setiap harinya kita melakukan komunikasi tanpa kecuali. Tanpa komunikasi, kehidupan akan susah untuk berjalan, sebab orang tidak akan mengerti maksud dan tujuan kita.

¹³ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal 39.

¹⁴ Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi: perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 10.

b. Teknik Komunikasi.

1) Komunikasi Informatif.

Komunikasi informatif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan sesuatu.¹⁵ Di sini, komunikasi tidak mengharapkan timbal balik apapun dari komunikan, melainkan hanya ingin agar komunikan mengetahui informasi saja. Meskipun ada timbal balik entah itu positif ataupun negatif dari komunikan, namun komunikator tidak akan mempersoalkan hal itu. Informatif merupakan keadaan komunikan hanya mengumpulkan, menyimpulkan data, fakta, opini, dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang di luar dirinya.

2) Komunikasi Koersif

Coercive communication adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan ancaman atau sanksi untuk mengubah sikap, opini, atau tingkah laku. Dalam organisasi, komunikasi koersif dalam hal-hal tertentu dilakukan juga oleh manager. Misalnya, dengan diadakannya peraturan tertulis yang berlaku untuk kelompok karyawan tertentu atau semua karyawan. Peraturan mengandung ancaman atau sanksi yang apabila dilanggar akan menimbulkan akibat tertentu pada pihak pelanggar.¹⁶

3) Komunikasi Persuasif.

Proses persuasif bertujuan mengubah sikap, pendapat dan perilaku. Istilah persuasif bersumber pada perkataan latin "*persiasio*" memiliki kata kerja "*persuadere*" yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Komunikasi persuasif memiliki arti dari dua kata, yaitu komunikasi dan persuasif. Persuasif atau persuasi menurut Michael West berarti sebagai daya atau seni membujuk. Bentuk kata kerjanya to persuade

¹⁵Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Publik Relation*, (Bandung: RemajaRosdakarya, 2014), 81.

¹⁶Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Publik Relation*, 83.

yang berarti meyakinkan dengan suatu fakta atau penggal argumen.¹⁷

a. Komunikasi persuasif berarti pengiriman pesan kepada komunikandengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku. Agar dalam proses komunikasi persuasif itu mencapai tujuannya seorang da>'i perlu melakukan perencanaan secara matang. Pesan harus ditata sesuai dengan diri komunikand sesuai dengan yang menjadi sasaran. Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif, berikut adalah metode-metode komunikasi persuasif.

- 1) Metode partisipasi, metode yang mengikutsertakan seorang atau publik ke dalam suatu kegiatan, agar timbul saling pengertian dan saling menghargai diantara mereka.¹⁸ Metode ini akan penulis pakai untuk menganalisis postingan yang ada di bulan Agustus Tahun 2018.
- 2) Metode asosiasi, penyajian suatu pesan yang dihubungkan dengan suatu peristiwa atau objek yang populer serta menarik publik.¹⁹ Contoh : sebuah lagu yang dibuat Ebiet G Ade yang berjudul berita kepada kawan untuk memperingati bencana alam tsunami.
- 3) Metode *icing device*, menyajikan suatu pesan dengan menggunakan emotional Appeal agar menjadi lebih menarik, mendapatkan kesan yang tidak mudah dilupakan dan menonjol daripada yang lain.²⁰ Contoh : akun Instagram @cindynoonaa yang memposting konser group band EXO di korea secara langsung.
- 4) Metode *pay-off idea*, menyajikan pesan yang mengandung sugesti yang jika ditaati, hasilnya

¹⁷Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma ...*, 15.

¹⁸Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma ...*, 127

¹⁹Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma ...*, 127

²⁰Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma ...*, 127

akan memuaskan.²¹ Contoh : pemberian hadiah pada pembeli di akun instagram olshop ladies, dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

- 5) Metode *fear-arrousing*, menyajikan suatu yang dapat menimbulkan perasaan khawatir atau takut jika tidak mematuhi pesan tersebut.²² Contoh: akun instagram @tanya_dokter yang memposting anjuran menjaga payudara agar tidak terkena penyakit kanker payudara.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u(komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi juga berlaku dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimanamengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.²³

b. Komponen Dakwah

Aktifitas dakwah adalah kegiatan penyampaian ajaran agama, dan pesan-pesan informational yang memerlukan kesamaan unsur-unsur, yang patut diperhatikan oleh para pelaku komunikator dakwah. Suparta menyatakan ada beberapa hal yang penting yaitu (1) komunikator dakwah (da'i), (2) Komunikan Dakwah (mad'u / *persuade*), (3) materi dakwah (pesan).²⁴

1) Komunikator Dakwah (da'i)

Komunikator dakwah adalah individu yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Komunikator dakwah diakui sebagai orang yang saleh. Perilaku dan sikapnya akan menjadi sumber penilaian dan rujukan perilaku masyarakat. Seorang komunikator dakwah dituntut untuk menjadi pribadi

²¹Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma ...*, 127

²²Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma ...*, 127

²³Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 24.

²⁴Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 35.

yang bersih, baik dalam lingkungan keluarga, pergaulan maupun pekerjaannya yang mampu mencerminkan sikap dan perilaku yang dapat dijadikan panutan.²⁵

Ketokohan komunikator dakwah menjadi sesuatu yang strategis meskipun tingkatannya berbeda. Disini, karya-karya komunikator yang terpublikasikan memengaruhi kredibilitasnya. Meski media massa membantu dalam mengontrol citra komunikator dakwah, ia perlu berhati-hati menggunakan media massa, karna media massa ibaratnya pedang bermata dua : bisa mengangkat pamornya bisa pula mendegradasikan pamornya. Tidak semua komunikator dakwah bisa memperoleh peliputan yang cukup luas, terutama yang tinggal di daerah pedesaan dan pedalaman. Oleh karena itu, para komunikator di perdesaan dapat memanfaatkan jaringan media massa yang murah meriah namun terjangkau.

Berdasarkan uraian diatas komunikator dakwah dituntut untuk memiliki syarat-syarat dan sifat tertentu antara lain (1) tulus ikhlas meyakini kebenaran agama Islam; (2) memberi kesaksian pada agama yang mereka imani dengan menyatakannya secara tegas; (3) memberi contoh; (4) dakwah Islam harus ditempatkan di atas prasangka-prasangka kebangsaan dan kelompok; (5) kesaksian harus mencakup seluruh kebenaran yang diwahyukan Tuhan; (6) sabar, tabah, dan rela berkorban meski dengan jiwa dan raganya; (7) menguasai ilmu; (8) menempuh cara hikmah bagi yang berpelajar dan mau'idloh bagi orang awam; (9) lembut dalam menyampaikan nilai-nilai dan pandangan; (10) mengetahui tabiat kejiwaan komunikasinya dengan memperhatikan apa yang mereka inginkan. Para komunikator dakwah hendaknya memiliki sikap jujur, jauh dari kepentingan

²⁵Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 39

pribadi dan hawa nafsu karena kegagalannya berarti kegagalan bagi dakwah mereka.²⁶

2) Komunikasikan Dakwah (mad'u)

Komunikasikan dakwah atau mad'u> merupakan pihak yang diajak ke jalan Islam. Secara umum komunikasikan dakwah memiliki kemampuan yang berbeda-beda. Ada dua potensi dalam diri komunikasikan yang dapat dijadikan acuan oleh komunikasikan dakwah dalam menyampaikan pesannya, yaitu (1) kemampuan berfikir (rasio), mengarah kepada sampai seberapa jauh komunikasikan senang berfikir mendalam, (2) kemampuan merasa (perasaan) mengarah kepada apakah komunikasikan lebih senang imbauan emosional pesan-pesan yang menggembirakan atau pesan yang sedih. Kedua hal tersebut tepat untuk digunakan sebagai pendekatan dalam komunikasi dakwah.

Kemampuan berfikir komunikasikan dakwah berbeda-beda berdasarkan kemampuan berfikirnya, komunikasikan dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu komunikasikan terpelajar, menengah, dan pelajar. Pada lain sisi, terdapat orang-orang yang sedikit berfikir, tidak suka berfikir mendalam, yang diistilahkan sebagai aljuhala dan al sufahaaa. Kemampuan kedua kelompok tersebut dalam menggunakan rasionya tidaklah sama. Dan tidak dapat dipersamakan. Ada orang yang memiliki kemampuan berfikir abstrak dan jauh kedepan, namun ada pula yang tidak memilikinya.²⁷

c. Pesan Dakwah (materi dakwah)

Pesan dakwah merupakan piranti lunak yang disampaikan oleh komunikasikan dakwah melalui ceramah atau publik. Pesan dakwah berupanilai-nilai keagamaan yang bersumber dari ajaran Islam, baik yang diambil dari al-Quran, maupun sunnah.

Dalam al-Quran ada dua jenis pesan, pertama, pesan yang maknanya memanggil akal atau dalam al-Quran diistilahkan sebagai pendayagunaan akal, seperti

²⁶Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 41

²⁷Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 42

kalimat afala ta'qilun (tidakkah engkau memikirkan). Dimana kecenderungannya memanfaatkan potensi panca indra, dan kemudian diproses oleh akal (reasem). kedua, pesan yang maknanya menghimbau rasa serta hati atau dalam istilah al-Quran disebut sebagai pendayagunaan rasa seperti kalimat afala tasy'urun (tidakkah engkau merasakan). Rasa dan rasio sebagai landasan berpijak bagi perancangan pesan-pesan komunikator dakwah.²⁸

Pesan-pesan komunikasi dakwah yang berupa informasi yang dapat memotivasi audien (jamaah), diambil dari ajaran agama disertai dengan penjabarannya. Informasi yang tidak benar harus dihindari karena hanya akan memicu kerusakan komunikasi dan sikap negatif.²⁹

Dalam komunikasi dakwah, pesan komunikasi yang sifatnya pemaksaan dihindarkan karena langkah itu bertentangan dengan ajaran dan nilai-nilai Islam. Pesan dakwah memiliki karakteristik: (1) Islam sebagai agama fitrah; (2) Islam sebagai agama rasional, pemikiran, dan argumentatif; (3) Islam sebagai agama hati. Arah suatu pesan dapat didasarkan pada pijakan ini. Ketiga karakter tersebut dapat menjadipemandu kita merancang suatu pesan pada komunikasi dakwah.

Imbauan pesan dakwah dapat bersifat rasional dan atau emosional. Imbauan emosional lebih efektif bagi komunikasi persuasi. Mulailah dengan imbauan-imbau emosional, kemudian dilanjutkan dengan imbauan rasional. Persuasi akan lebih menjadi efektif apabila dimulai dengan emosi. Karena itu mulailah dengan persuasi-sebelum memperkenalkan dengan suatu argumen- secara santai dan lancar, menggembirakan, dan *flattering* (sanjungan).

Berkaitan dengan pesan bermuatan emosi, emosi tidaklah buruk dan tidak pula baik dalam dirinya sendiri, tetapi dia memberi informasi yang penting tentang bagaimana seharusnya anda berorientasi menghadapi dunia. Mengomunikasikan pesan emosi berarti

²⁸Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 42

²⁹Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 57.

mengomunikasikan makna moral. Jadi emosi itu sendiri yang merupakan inti dari topik pesan; sedangkan berkomunikasi secara emosional terjadi bila emosinya bukan substansi pesan, namun lebih pada cara untuk mengungkapkan pesan secara emosional.³⁰

4. Humor atau Komedi

a. Pengertian Humor atau komedi

Humor merupakan aktivitas kehidupan yang sangat digemari. Humor menjadi bagian hidup sehari-hari. Humor tidak mengenal kelas sosial dan dapat bersumber dari berbagai aspek kehidupan. Humor berasal dari istilah Inggris yang pada mulanya memiliki beberapa arti. Namun, semua berasal dari suatu istilah yang berarti cairan. Arti ini berasal dari doktrin ilmu falak kuno mengenai empat macam cairan, seperti : darah, lendir, cairan empedu, dan cairan empedu hitam. Keempat cairan tersebut untuk beberapa abad dianggap menentukan temperamen seseorang. Sheinowitz (1996) mengatakan : “humor adalah kualitas yang bersifat lucu dari seseorang yang menggelikan dan menghibur”. Humor dapat juga diartikan suatu kemampuan untuk menerima, menikmati, dan menampilkan sesuatu yang lucu, dan aneh yang bersifat menghibur.³¹

Sedangkan pengertian humor secara umum yang berkembang dalam masyarakat kita tentunya banyak versinya. Terkadang sulit juga membedakan antara humor dengan lelucon, lawak dan sebagainya. Dalam praktiknya antara humor dan lelucon memiliki sedikit perbedaan terutama apabila dilihat dari objek sasarannya. Dananjaya (1999) mengatakan bahwa lelucon adalah sesuatu yang dapat menggelitik seseorang untuk tertawadengan menjadikan orang lain sebagai sasarannya, sedangkan humor adalah sesuatu yang dapat menggelitik orang lain untuk tertawa dengan menjadikan dirinya sendiri atau kelompok si pembawa cerita yang menjadi

³⁰Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 51

³¹ Darmansyah, *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara. 2010), 65-66.

sasarannya. Seseorang yang mengedepankan lelucon disebut pelawak atau mungkin badut, sedangkan seseorang yang selalu mengeluarkan atau menyelingi pembicaraannya dengan sisipan humor disebut humoris.³²

Selain itu humor juga dapat diartikan sebagai cara melahirkan suatu pikiran, baik dengan kata-kata (verbal) atau dengan jalan lain yang melukiskan suatu ajakan yang menimbulkan simpati dan hiburan.³³ Humor juga bisa diartikan sebagai sesuatu yang sifatnya main-main dan sama sekali tidak perlu dianggap serius. Terkadang juga humor sering dimanfaatkan sebagai apologi, pemaaf dan perilaku keliru.³⁴

Bila dianalisis lebih jauh, sebenarnya kegiatan yang membuat orang tergelitik untuk tertawa, dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Artinya rasa ingin tertawa itu muncul bukan hanya ada sisipan kata-kata yang keluar dari seseorang, melainkan juga dapat terjadi dalam bentuk lain sebagaimana ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Humor Dalam Dakwah

Humor dalam dakwah yaitu fungsi humor yang ada dalam ceramah. Jadi, humor dalam dakwah yaitu ungkapan jenaka atau ekspresi jenaka yang dilakukan oleh para da'i baik secara verbal maupun secara visual dalam video instagram @nunuzoo ketika melakukan berdakwah. Para da'i harus memiliki keterampilan secara teknis dan dituntut semakin kreatif dalam melaksanakan dakwah, guna mengikuti kebutuhan umat dan perkembangan zaman.³⁵

Pada dasarnya pesan yang di sampaikan dalam dakwah adalah bersifat informatif, yakni menyampaikan informasi seputar agama Islam, namun selain informatif pesan dakwah juga bersifat persuatif, dalam bentuk sederhana persuatif itu disampaikan berupa ajakan untuk melakukan yang ma'ruf dan mencegah kemungkarannya.

³²Darmansyah, *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor*, 67-68.

³³Asep Abbas Abdullah, *Humor Ulama*, 47.

³⁴Aang Ridwan, *Humor Dalam Tablig Sisipan Yang Sarat Estetika*, 3.

³⁵Darmansyah, *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor*, 103.

Untuk menarik perhatian pendengar dan penonton, yang dilakukan oleh da'i adalah dengan menyampaikan humor disela-sela pesan dakwah yang akan di sampaikan oleh para da'i. Sehingga keberadaan humor yang disampaikan menjadikan pesan yang bersifat informatif, persuasif, rekreatif.

1) Humor Menurut Islam

Salah satu obyek humor dalam literatur arab klasik adalah al-qur'an. Ayat-ayat al-qur'an pun, tidak semuanya berisi perintah atau larangan semata, tetapi juga ada selingan-selingan cerita ringan untuk menjadi pelajaran berharga. Bahkan, surat Yusuf dari awal hingga akhir semuanya full kisah dan dalam waktu yang bersamaan Allah menyebutnya sebagai ahsanul qashas (sebaik-baik cerita). Ibnu Katsir Rahimahullah menyebutkan dalam tafsirnya bahwa surat itu turun berawal dari permintaan sebagian sahabat yang merasa lelah dengan beban-beban syariat, lalu Allah menurunkan cerita Yusuf secara panjang lebar.²⁸ Salah satu penulis klasik islam yang suka humor adalah Abu Ustman al-Jahidz (w. 868 M). Tokoh ini hidup sezaman dengan Imam Bukhari (w. 870 M), kolektor hadis yang masyhur itu. Salah satu daya tarik al-Jahidz adalah karena dia selalu menyisipkan humor. Salah satu contoh humor dalam al-qur'an ini terletak pada QS. Ta-Ha 20 : ayat17 yang berbunyi:³⁶

وَمَا تِلْكَ بِيَمِينِكَ يَا مُوسَىٰ

Artinya : *“Dan apakah yang ada di tangan kananmu, wahai Musa?”*

Ayat tersebut menjelaskan tentang seorang arab badui yang bernama Musa mencuri dompet yang berisi uang dinar (emas). Setelah mencopet dia langsung pergi ke masjid untuk shalat, sambil memegang erat-erat dompet dengan tangan

³⁶Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahan*(Bandung :Aljumuatul Aly, 2010), 467.

kanannya. Persis pada saat dia tiba di saf (barisan), sang imam sedang membacakan ayat tersebut. Orang badui itu kaget bukan main, kok imam tahu dia memegang dompet curian di tangan kanannya? Dia langsung melempar dompet itu, sambil berteriak: “Pak Imam, kau ternyata tukang sihir!”³⁷

Dibalik keseriusan ada kelucuan, di balik ketegangan ada keceriaan. Itulah barangkali sisi relasional antara nasehat dan humor. Nasehat kerap diasosiasikan dengan sesuatu yang sangat serius bahkan sakral sementara, sedangkan humor dipandang sebagai sesuatu berbau lucu, slengekan dan mengundang gelak tawa. Namun, keduanya sebenarnya bukan hal yang bertolak belakang. Kedua hal tersebut itu bisa dikolaborasikan. Ada beragam cara untuk menyampaikan sebuah nasehat atau pesan, salah satunya adalah melalui humor. Seni menyampaikan nasehat melalui humor ini mempunyai kelebihan tersendiri. Satu sisi humor itu menyegarkan, bisa menghilangkan kejenuhan dan kepenatan. Kemudian disisi lain, humor bisa membuat seseorang yang dinasehati tidak tersinggung.

Nasihat yang disampaikan dengan nada serius, terkadang malah membuat seseorang menjadi tersinggung dan orang yang dinasihati kemudian menjadi marah. Pesan yang ada dalam nasihat tersebut justru tidak sampai dan kontraproduktif. Alih-alih ingin membuat seseorang menjadi sadar dan lebih baik, namun kenyataannya justru membuat semakin marah, meledak-ledak, dan frustrasi.³⁸

Nasihat melalui humor, bukan hanya membuat suasana menjadisegar dan tidak tegang, tetapi pihak yang dinasihati pun bisa menerima pesan dari nasihat tersebut dengan rasa senang. Dengan demikian, humor dalam konteks menyampaikan

³⁷ <http://islamlib.com/aksara/humor/quran-sebagai-bahan-humor/> Diakses Pada Tanggal 22 Juli 2020.

³⁸ Muhammad Muhibbuddin, *Humor Sufi Para Wali Dan Kiai*, (Yogyakarta : Araska. 2018), 10.

kebaikan merupakan salah satu media untuk membuka hati dan pikiran seseorang. Dengan humor seseorang dibuat luluh hatinya, sehingga hati yang awalnya keras bagaikan batu dan suasana yang asal tegang kaku seperti rel sepur bisa menjadi cair yang memudahkan seseorang untuk menerima nasihat atau petuah.

Dalam dunia pesantren, humor sudah menjadi makanan sehari-hari, meskipun pesantren sendiri sebenarnya dunia yang sarat dengan nilai-nilai keseriusan, seperti nilai-nilai religiusitas keagamaan, pemikiran, pendidikan, etika, sosial kemasyarakatan, dan sebagainya. Namun, justru di lingkungan yang sangat serius, bahkan pada hal-hal tertentu dipandang “sakral” itulah humor justru tumbuh subur. Baik kiai maupun santri, seringkali bergelut dengan budaya humor. Hal-hal yang oleh orang umum dianggap sangat serius dan menegangkan, justru oleh komunitas pesantren bisa disulap menjadi sesuatu yang mengundang gelak tawa, cair, dan santai.³⁹

Salah satu tokoh pesantren yang humor dan joke-jokenya sangat familiar di masyarakat adalah Gus Dur. Disamping sebagai tokoh yang menyandang berbagai atribut besar seperti tokoh demokrasi, bapak pluralisme, guru bangsa, intelektual, kiai, dan sebagainya, mantan ketua umum PBNU dan presiden ke-4 RI itu juga dikenal sebagai bapak humor, lantaran beliau dikenal sangat piawai melontarkan humor-humor segar di setiap kesempatan. Karena keahliannya memproduksi humor, beliau ditahbiskan sebagai bapak humor nasional oleh Jaya Suprana.⁴⁰

Humor bagi orang-orang seperti Gus Dur, kemudian bukan hanyasekedar sebagai hiburan atau slengekan, tetapi juga menjadi semacam sudut pandang dalam membaca sebuah persoalan. Humor Gus Dur, kata Mahfud MD, bukan hanya sekedar untuk lucu-lucuan. Humor dari orang-orang sekelas Gus Dur tersebut, selain untuk menyampaikan

³⁹Muhammad Muhibbuddin, *Humor Sufi Para Wali Dan Kiai*, 11.

⁴⁰Muhammad Muhibbuddin, *Humor Sufi Para Wali Dan Kiai*, 12.

nasihat, juga mengandung spirit untuk menawarkan alternatif pemikiran.⁴¹

Dengan demikian, humor sesungguhnya selain untuk memberikan penyegaran, juga sangat cocok digunakan sebagai media perlawanan dan kritik sosial. Humor, di kalangan orang-orang seperti Gus Dur seringkali menjadi sarana untuk menertawakan realitas sosial yang penuh dengan kemunafikan. Ada banyak fenomena di dalam kenyataan sosial masyarakat yang sering kali melukai akal sehat dan nurani. Misalnya menjadikan agama sebagai topeng kesalahan untuk kepentingan politik, mengeksploitasi isu-isu agama dan ras demi meraih kekuasaan, lagaknya saja seperti ustad tapi di belakang layar ternyata suka korupsi, mesum, dan suka menebar fitnah. Bukankah hal-hal seperti ini merupakan fenomena sosial yang layak ditertawakan?⁴²

Humor dan lelucon sebagai alat kritik dan perlawanan ini banyak dilakukan oleh kaum sufi, wali, dan kiai (ulama). Humor merupakan cara halus para sufi untuk mengkritik dan menertawakan realitas yang banyak dibungkus kebusukan, entah itu realitas kekuasaan, politik, sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya. Dalam pernyataan, Gus Dur menyatakan bahwa kritikan halus para sufi, justru merupakan sesuatu yang sangat segar dalam menilai sistem politik kita yang sudah demikian busuk.⁴³

b) Fungsi Humor Dalam Dakwah

Humor merupakan salah satu aktifitas yang paling digemari. Bentuk bentuknya yang bervariasi membuat semua kalangan dapat menikmati humor kapan pun dan dimana pun berada. Siti Mulyani, menyatakan bahwa fungsi utama humor dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai sarana hiburan.

⁴¹Muhammad Muhibbuddin, *Humor Sufi Para Wali Dan Kiai*, 17.

⁴²Muhammad Muhibbuddin, *Humor Sufi Para Wali Dan Kiai*, 18.

⁴³Muhammad Muhibbuddin, *Humor Sufi Para Wali Dan Kiai*, 18-19.

Dalam penelitian ini, peneliti fungsi utama humor dibagi menjadi tiga macam yaitu :⁴⁴

1) Sarana Penghibur

Dalam kehidupan masyarakat wacana humor yang utama berfungsi sebagai media penghibur, karena dengan menikmati humor diharapkan orang dapat tertawa atau setidaknya dapat tersenyum. Hal itu dilakukan untuk menghilangkan rasa penat orang yang menikmati humor tersebut. Di dalam fungsi hiburan tersebut juga mengandung pesan dakwah meskipun hanya berupa sebuah ungkapan makna kata yang dibuat melalui dialog-dialog yang ada pada skenario tersebut.

2) Sarana Mengkritik Atau Mengejek

Kritik atau ejekan yang disampaikan melalui humor biasanya tidak bersifat langsung, dalam hal ini orang atau situasi yang dikritik tidak disebutkan secara langsung. Hal itu menyebabkan orang lain dapat tersenyum, kecuali orang yang benar-benar dituju oleh humor tersebut.

Kritikan atau ejekan tersebut dapat mengundang respon emosional, namun juga menstimulasi seseorang berpikir kritis dan merenungi kandungannya. Adapun kisah seorang raja dengan rakyatnya dan pengalaman spritual seseorang dalam humor memiliki nilai agama yang sangat bermanfaat untuk diingat dan direnungkan, alih-alih sebagai bentuk zikir aqliyah (mengingat Tuhan melalui akal).⁴⁵

3) Sarana Untuk Menyampaikan Atau Menjelaskan Sesuatu Secara

Lebih Populer Atau Menarik Ada kalanya seseorang diharuskan menjelaskan sebuah konsep kepada orang lain yang tidak layak dipaparkan secara apa adanya. Untuk memudahkan

⁴⁴Siti Mulyani, *Humor Dalam Majalah Djoko Lodang*, 145.

⁴⁵Iwan Marwan, *Rasa Humor Dalam Perspektif Agama*, (Kediri : Al-Turās Vol. XIX No.1 Juli 2013),276.

penyampaian dicari humor yang relevandengan topiknya. Bisa juga menggunakan seseorang atau sesuatu yang terkenal untuk menyampaikan atau menjelaskan informasi.

Pada dasarnya pesan yang di sampaikan dalam dakwah adalah bersifat informatif, yakni menyampaikan informasi seputar agama Islam, namun selain informatif pesan dakwah juga bersifat persuatif, dalam bentuk sederhana persuatif itu disampaikan berupa ajakan untuk melakukan yang ma'ruf dan mencegah kemungkaran.

Untuk mearik perhatian pendengar dan penonton, yang dilakukan oleh da'i adalah dengan menyampaikan humor disela-sela pesan dakwah yang akan di sampaikan oleh para da'i. Sehingga keberadaan humor yang disampaikan menjadikan pesan yang bersifat informatif, persuatif, rekreatif.

Jadi, dengan adanya fungsi humor dalam dakwah, dakwah menjadi sangat menawan, atraktif dan motivatif. Fungsi humor dalam dakwah sangat bervariasi dan bergantung pada tempat, suasana dan waktu terjadinya komunikasi antara komunikator dan

5. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Banyak alat yang bisa dijadikan sebagai media dakwah, salah satunya adalah media dakwah melalui media sosial. Media sosial kini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Media sosial memungkinkan audiens berperan sebagai produsen dan konsumen pesan yang terdistribusikan secara masif kepada audience. Beragam aplikasi media sosial, seperti *facebook*, *instagram*, dan *twitter* digunakan secara luas, dengan berbagai motif, mulai dari motif pertemanan, motif hiburan, motif mencari informasi, motif membangun solidaritas dan bahkan juga

digunakan untuk motif ekonomi. Tiga media sosial ini menjadi aplikasi media sosial yang populer di Indonesia.⁴⁶

Sebuah fenomena yang kita amati dan kita rasakan, saat ini kitamemasuki suatu abad komunikasi canggih di mana manusia modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu dan teknologi bagi kehidupan.⁴⁷ Salah satu fenomena yang kita amati dan kita rasakan yaitumedia sosial sebagai media dakwah untuk para da'i dan tak hanya para da'i saja yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah.

Seperti pada akun instagram @nunuzoo bahwasanya @nunuzoo adalah seorang remaja di era millennial ini, @nunuzoo memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, agar pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar di seluruh Indonesia. Ketika media sosial sebagai media dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi yang bisa melalui sebuah video, gambar, dan tulisan.

Media sosial sebagai salah satu media online era digital yang memungkinkan para pengguna bisa berpartisipasi telah menciptakan dunia sendiri bagi para penggunanya. Tak pelak, media sosial seakan menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat era modern. Tak pandang usia, dari bocah-bocah “ingusan” bahkan dewasa terlarut dalam nostalgia media sosial. *Facebook, Twitter, blog, Second Life, YouTube* dan aplikasi sosial lainnya menjadi trendsetter komunikasi digital yang begitu mendunia seakan menjadi rumah kedua tempat pelabuhan segala keluh-kesah.⁴⁸

Cherrymengungkapkan perkembangan teknologikomunikasi yang cepat dewasa ini dapat disebut dengan istilah explosion, yaitu Pertama, secara potensial teknologi komunikasi dapat menjangkau seluruh permukaan bumi hanya dalam tempo sekejap. Kedua, jumlah pesan dan arus lalu lintas informasi telah berlipat gandasecara

⁴⁶Fajar Junaedi, *Etika Komunikasi Di Era Siber : Teori Dan Praktik* ,(Depok : Rajawali Pers. 2019), 153.

⁴⁷Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 420.

⁴⁸Andi Faisal Bakti, *Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 4 No. 1, Juni 2014, 30.

geometrik. Ketiga, kompleksitas teknologinya sendiri semakin canggih (shopisticated) baik perangkat lunak maupun perangkat kerasnya. Berdasarkan dampak dari perkembangan teknologi tersebut, maka masyarakat Muslim di Indonesia sekalipun tidak terkecuali masuk ke dalam era masyarakat informasi. Dengan arus informasi yang pesat dan besar secara kapasitas, dalam hal ini tentunya perlu memerhatikan pengendalian yang tepat sebagai upaya dari perlindungan terhadap informasi yang kurang baik tentunya.⁴⁹

B. Penelitian Terdahulu

Dalam pembuatan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kajian, jurnal, dan beberapa penelitian yang sudah diteliti di tahun-tahun sebelumnya. Hasil penelitian tersebut memberikan peneliti ruang untuk menemukan rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini. Namun, meski memiliki rumusan masalah keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Penelitian terdahulu yang ditemukan ini tentu saja berbeda dengan penelitian ini. adapun beberapa judul penelitian yang peneliti temukan, antara lain :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

N o.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Alviyatun Nadhiroh, 2019	Humor Dalam Retorika Dakwah KH. Ilhamullah Sumarkan Di Pesantren Mahasi swa An Nur	Objek yang diaji sama-sama membahas tentang humor	Objek dan titik fokus, peneliti meneliti fungsi humor dalam dakwah pada akun @nunuzoo di instagram.
2.	Nurul Maghfiroh	Teknik Humor Dakwah KH. Imam Chambali	Sama-sama membahas tentang	Pada penelitian ini, peneliti

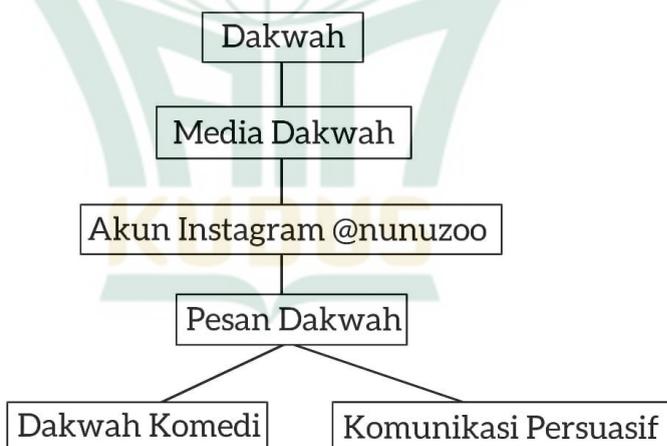
⁴⁹Andi Faisal Bakti, *Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 31.

	2018	Dalam Teori Humor Goldstein Dan Mcghee Di Program PadhangeAti JTV	humor	menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif.
3.	Usman Saepuloh, 2013	Pesan Humor Dalam Dakwah KH. Zainuddin MZ (Studi Deskriptif Pada Dakwah Khitobah KH. Zainuddin MZ)	Sama-sama menyampaikan pesan dakwah melalui yang dikemas melalui humor	Teknik pengumpulan data pada peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi, dokumentasinya berupa beberapa dialog yang ada di dalam video komedi
4.	Nurrussalamah Min Ummil Qur'a, 2017	Analisis Wacana Kritis Humor Line Webtoon Si Udin	Sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi.	Peneliti menggunakan analisis kuantitatif deskriptif.

C. Kerangka Berfikir

Komunikasi merupakan bagian dari salah satu Tindakan mempengaruhi yang dapat menggunakan cara persuasif. Maksud komunikasi persuasive dalam kerangka dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam. Pesan dari da'i yang mengandung komunikasi persuasive akan mengundang empati pada da'i. Da'i akan memiliki banyak mad'u, karena da'i mampu mempersuasif mad'u.

Apabila pesan yang disampaikan tersebut mengandung persuasi maka komunikan akan patuh bahkan mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator atau da'i. seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @Nunuzoo dengan menggunakan pendekatan persuasive dalam dakwahnya. Dibawah ini adalah gambaran kerangka berfikir tentang Dakwah Komedi Melalui Media Instagram Pada Akun @Nunuzoo Sebagai Komunikasi Persuasif Pada Followers.



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir