



AKTUALISASI NILAI DAKWAH DALAM KONTEN STAND UP COMEDY DI YOUTUBE

Muhajir Sulthonul Aziz

Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah Bangil Pasuruan

Email: jurnalmuhajir@gmail.com

Submission	Revision	Publication
Agustus, 5th 2020	September, 12th 2020	Oktober, 26th 2020

Abstrak

Perkembangan media di era ini sangat pesat, hampir di setiap bidang mengalami perubahan akibat adanya suatu update teknologi. Dakwah Islam berawal dari hal yang paling mudah dan bersifat normative sampai berkembang era ini dengan menggunakan beberapa cara, metode dan media dalam melakukan dakwah. Sehingga kali ini bisa dilihat, perubahan yang terjadi di dalam masyarakat mampu mewarnai penyampaian pesan agama dengan beragam cara untuk dapat masuk ke segala lini masyarakat. Dalam penelitian konseptual kali ini akan membahas tentang bagaimana pengaktualisasian nilai dakwah dalam konten stand up comedy di youtube. Seperti yang terjadi dalam konten stand up yang dibawakan oleh Dzawin dalam kontes stand up comedy Indonesia 4 penampilan ke 9 yang ditayangkan oleh kanal youtube Stand Up Kompas TV. Aktualisasi penerapan nilai dakwah secara tidak langsung dapat disisipkan dalam berbagai macam bentuk penyampaiannya, bahkan dalam stand up comedy sisipan nilai dakwah pun dapat diterima oleh penonton. Layaknya lawakan biasa tetapi dalam intinya secara tidak langsung dapat mengenalkan nuansa islam dan beberapa kosakata-kosakata islami yang bisa diterima oleh masyarakat. Hal itu merupakan suatu wujud penerapan dakwah yang sangat fleksibel, dapat dilakukan dalam berbagai macam sajian.

Kata Kunci: Aktualisasi nilai dakwah, stand up comedy, youtube.

Pendahuluan

Perkembangan media di era ini sangat pesat, hampir di setiap bidang mengalami perubahan akibat adanya suatu update teknologi. Media yang dahulu hanya kita kenal hanya media elektronik dan media cetak, kali ini bertambah dengan adanya media internet. Bahkan pertumbuhan internet pun juga sangat

masif dimasyarakat. Suatu teknologi yang sangat berkembang pesat diinternet adalah media sosial¹.

Media sosial adalah sebuah media dalam dunia online, tujuannya agar pemakaiannya bisa berinteraksi dengan mudah, berbagi, ataupun membuat sebuah karya atau konten seperti jejaring sosial, forum, wiki, dan blog. Beberapa hal tersebut merupakan suatu media yang memiliki ruang lingkup hampir setiap penjuru dunia. Menjadi suatu media yang sangat populer untuk berinteraksi jarak jauh. Ada suatu pendapat yang diutarakan bahwa media sosial adalah suatu media yang mendukung suatu interaksi sosial dalam dunia maya dan didukung dengan teknologi web yang menjadikan dialog interaktif dalam komunikasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein memberikan suatu definisi Sebuah aplikasi yang berhubungan dengan dunia internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0, serta memungkinkan suatu pertukaran dan penciptaan user-generated content. Maka dari itu media sosial mendukung setiap pengguna untuk mengolah situsnya secara pribadi, kemudian berhubungan dengan teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Ada beberapa jejaring sosial terbesar di dunia antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter.²

Youtube merupakan media sosial yang memiliki tingkat kunjungan nomor 2 menurut data dari alexa.com yang merupakan situs yang memberikan informasi tentang visitasi dan ranking dari suatu situs yang ada diinternet. Youtube pada awal rilisnya tahun 2005 adalah suatu proyek audiovisual untuk pendirinya untuk saling berbagi video amatir, pendirinya yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan juga Jawed Karim. Youtube dapat diterima oleh berbagai kalangan, hingga saat itu youtube dapat diakses dengan 76 bahasa oleh pengguna berusia 18-34 tahun di 88 negara. Youtube dalam kesehariannya dapat menjangkau sampai 95% pengguna internet di dunia, dapat menghasilkan milyaran kali tayangan serta ratusan jam tayang. Efek dari semakin populernya youtube menjadikan pada tahun 2012

¹ Reiza Praselanova, "Komunikasi Resolusi Intoleransi Beragama Di Media Sosial," *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2020): 76-95, <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v3i1.360>.

² Anang Sugeng Cahyono, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA," n.d., 18.

youtube masuk ke Indonesia serta menjadikan Indonesia sebagai negara ke 46 yang resmi memiliki domain dalam negaranya sendiri di dunia.³

Didalam youtube tersebut muncullah berbagai macam kreativitas masyarakat yang dituangkan dalam bentuk video-video. Berbagai macam konten pun bertebaran mulai dari kalangan masyarakat biasa sampai artis pun menggunakan youtube. Tak lupa diyoutube pun ada konten yang berisi tentang *stand up comedy*.

Kajian Literatur

Baik itu fardhu'ain atau fardhu kifayah dalam Q.S (3: 104), gerakan dakwah setiap muslim adalah sebuah kewajiban. Pesan "Dakwah" dalam ayat ini menunjukkan bahwa suku dan ras tertentu tidak pernah melihat ajakan untuk kebaikan. Dalam proses penyebaran ajaran, dakwah Islam telah melewati ratusan tahun. Islam masuk ke Indonesia pada abad ke-13 melalui Samudra Pasai. Setelah sekian lama, penyebaran Islam sendiri mengalami perubahan. Hukum Islam berawal dari aspek yang paling sederhana dan terstandarisasi, hingga saat ini berkembang melalui penggunaan berbagai metode, metode dan media untuk melaksanakan dakwah. Oleh karena itu, kali ini kita bisa melihat bahwa perubahan masyarakat dapat mewarnai penyebaran informasi agama dengan berbagai cara dan dengan demikian masuk ke seluruh kelompok penduduk. Di era teknologi informasi saat ini, manusia menghadapi pilihan secara sadar atau tidak sadar. Di satu sisi, pilihan tersebut akan mendatangkan hikmah dan manfaat bagi hidupnya. Dakwah dilakukan melalui metode tuturan dan tabu atau metode komunikasi satu arah tanpa melemahkan efek dari metode tersebut. Sekarang saatnya mengubahnya dengan menggunakan metode yang lebih substantif dan strategi dakwah (Langsung dalam masalah) Tujuan (sesuai dengan objek masalah, termasuk bahan dan madu), efektif (mempertimbangkan kondisi ruang dan waktu), aktual (pembangunan sesuai arah populasi dan orientasi budaya) dan fakta (harus berdasarkan fakta empiris). Dengan berkembangnya berbagai media

³ Yessi Nurita Labas and Daisy Indira Yasmine, "Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia," *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 4, no. 2 (November 6, 2017): 104, <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28584>.

dakwah (seperti televisi, internet, dll.) Di masyarakat, masyarakat tidak perlu bertatap muka dan bertemu dengan khalayak (mad'u dalam hal ini) untuk memperoleh pencerahan agama. lebih mudah) berharap untuk menggunakan interaksi Untuk mencapai tujuan ini, daripada harus bertemu tatap muka, itu bisa lebih efektif. Media dakwah pada zaman nabi dan sahabat sangat terbatas, yakni tersebar di seputar qauliyah bi al-lisan dan dakwah fi'liyyah bi al-uswah, ditambah lagi penggunaan huruf (rasail) yang sangat terbatas. Seabad kemudian, orang Dawa mulai menggunakan qashash (pendongeng) dan muallafat (menulis makalah) sebagai media. Media yang terakhir telah berkembang sangat pesat dan bertahan hingga hari ini. Di abad ke-14 Hijriah, kita menyaksikan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain dampak negatif terhadap misi, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat dampak positif yang dapat mendorong kecepatan misi. Dalam hal ini, gunakan koran, majalah, cerpen, komik, rekaman, kaset, film, radio, televisi, stiker, lukisan, iklan, pertunjukan panggung, puisi, lagu, musik dan media baru lainnya untuk media dakwah seni, Dapat mendorong dan membantu para pelaku Dakwah untuk menjalankan tugasnya.⁴

Rasulullah SAW telah menjadi seorang dai dakwah profesional yang luar biasa dan teladan dakwah yang prima. Rasulullah mengikuti rancangan rapi yang ditentukan oleh Allah (Allah SWT) yaitu Wain Wassah, dan menjadi administrator. Ini adalah makalah pra-migrasi dan pasca-migrasi yang diterbitkan oleh Wan Hussin Azmi dalam Sidi Ghazalba dan Zainab Ismail pada tahun 1995. Rancangan sebelum migrasi sulit untuk diberitakan kepada keluarga dan teman dekat, lalu ke publik. Saat menerima tantangan tersebut, Nabi mengambil tindakan untuk menyelamatkan Dawa melalui migrasi. Usai Hijrah, pembangunan Masjid Nahwi dirancang untuk mempertemukan kelompok Ansar dan Muhajirin untuk mempersatukan umat Islam di Madinah dan melawan musuh-musuh Islam, Meningkatkan organisasi ekonomi dan sosial mereka⁵.

Dakwah rahmatan lil'alamin adalah dakwah nabi yang mengajak manusia untuk masuk ke jalan Allah melalui semangat dasar kelembutan dan kasih sayang, berpegang teguh pada Alquran dan mengikuti jalan hidup nabi untuk mendapatkan berkah. Dunia dengan mata pencaharian yang cukup, banyak hujan

⁴ "Farihah - 2013 - (Dosen Jurusan Dakwah Dan Komunikasi STAIN Kudus).Pdf," n.d.

⁵ Siti Rugayah Hj Tibek, "Profesionlisme Dakwah: Harapan dan Cabaran," n.d., 7.

dan tanah subur, dan berkah surga di generasi selanjutnya. Rumusan di atas bersumber dari tujuh makna welas asih dalam Alquran: pertama, kelembutan (riqqah), simpati (ta'aththuf), pengampunan (maghfirah), simpati (hanan), yang terkait dengan hukuman, kejahatan, sakit hati, kekasaran sebaliknya. Kedua, rezeki. Ketiga, nubuatan. Keempat, tanahnya subur. Kelima, "Quran". Keenam, hujan. Surga ketujuh. Dakwah Rahmatan lil'alamin mengajak manusia menjadi manusia seutuhnya dengan memperhatikan aspek fisik, mental, intelektual dan alam, serta memperhatikan kehidupan orang-orang yang percaya pada dirinya sendiri.⁶

Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh para informan (da'i) untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi tentang kebaikan dan pencegahan kejahatan kepada khalayak (mad'u). Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui telepon, ajakan atau kegiatan persuasif lainnya. Dakwah membuat umat Islam percaya pada Islam, yang merupakan agama Ramadhan Lilamin yang harus diwartakan kepada semua orang. Karena dakwah merupakan kegiatan amar ma'ruf nahi mungkar, maka dakwah tidak selalu berputar di sekitar dalil keagamaan, seperti pengajian atau kegiatan yang dianggap sebagai kegiatan keagamaan lainnya. Mengenai dakwah, setidaknya bisa dipahami tiga modus. Dakwah adalah suatu bentuk komunikasi, karena komunikasi adalah kegiatan yang bermanfaat, artinya orang lain dapat memahami, memahami dan membujuk kegiatan, yaitu orang lain mau menerima semacam pemahaman atau keyakinan, mereka dapat melakukannya itu pemahaman. Atau keyakinan, melakukan suatu aktivitas atau perilaku, dll. Dakwah dan komunikasi adalah bagian yang tidak bisa dipisahkan⁷.

Dakwah juga menggerakkan pikiran dan tindakan manusia untuk mengembangkan peran masalah, termasuk misi menyebarkan dan menyebarkan kebenaran Islam kepada manusia, yang menjadikan Islam berkah bagi alam semesta. Dakwah juga menjadi kewajiban setiap muslim sesuai dengan kemampuannya. "Kata-kata Allah" dalam "Quran" Sali, Imran: 104, yang artinya: Biarlah sekelompok dari kalian berseru untuk kebaikan, memberitahu mereka

⁶ "Hefni - 2017 - Makna Dan Aktualisasi Dakwah Islam Rahmatan Lil' A.Pdf," n.d.

⁷ "Hayati - 2017 - NILAI-NILAI DAKWAH; AKTIVITAS IBADAH DAN PERILAKU .Pdf," n.d.

yang ma'ruf dan mencegah kejahatan, mereka adalah orang-orang yang beruntung. Oleh karena itu, "Dakwah" juga berarti berjuang untuk realitas dan berjuang untuk kejahatan. Selain itu juga dapat menginspirasi manusia untuk melakukan perbuatan baik, mengikuti petunjuk, melakukan perbuatan dan mencegah perbuatan jahat, sehingga manusia dapat memperoleh kebahagiaan di dunia ini dan di masa yang akan datang.⁸

Dakwah tidak hanya berbicara tentang tempat-tempat suci yang halal, tetapi juga harus lebih menekankan pada aspek religius masyarakat. Sebagai gejala psikologis, harus digunakan sebagai referensi untuk menyesuaikan dengan "pedoman" agama Hanif / lurus. . Dakwah perlu lebih fokus pada lahan garapan untuk psikologi kerakyatan. Dalam Islam, Larabhafi lebih ditekankan, mengambil metode pengobatan patologis, dan mengatasi penyimpangan sosial yang disebabkan oleh modernitas dan individualisme laissez-faire.⁹

Dakwah pada hakikatnya adalah satu atau lebih kegiatan yang dilakukan oleh individu dan kelompok agar terjadi perubahan yang lebih baik berdasarkan nilai-nilai agama (Islam). Perubahan tersebut telah melahirkan sikap dan perilaku seseorang, serta pola kehidupan masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Media, model dan metode yang digunakan mungkin sangat religius dan akan terus berkembang sesuai dengan tingkat kemajuan manusia¹⁰.

Stand up comedy adalah salah satu bentuk pertunjukan komedi atau komedi yang menyampaikan monolog kepada penontonnya. Biasanya ini dilakukan secara langsung, dan komedian akan tampil solo. Meski disebut stand-up comedy, namun komedian tidak selalu berdiri dan mempublikasikan komedinya. Beberapa komedian duduk di kursi seperti bercerita. Berdasarkan pemahaman tersebut, peneliti mengemukakan bahwa stand-up comedy dalam bentuk komedi merupakan kegiatan pembelajaran yang menggunakan teknologi stand-up comedy untuk mencapai kemampuan tematik. Dengan memasukkan

⁸ Hasan Bastomi, "Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer dalam Menyongsong Masyarakat Modern," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 1 (February 22, 2018): 1–19, <https://doi.org/10.24090/kom.v11i1.1275>.

⁹ Muhammad Sholikhin, "BERBAGAI MASALAH KEBERAGAMAAN MASYARAKAT MODERN DALAM PERSPEKTIF DEKONSTRUKSI DAKWAH BERBASIS PSIKOLOGI SOSIAL," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 1 (January 23, 2017): 1–19, <https://doi.org/10.24090/komunika.v9i1.827>.

¹⁰ Aris Saefulloh, "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (January 23, 2014): 138, <https://doi.org/10.15642/islamika.2012.7.1.138-160>.

topik ke dalam materi lelucon, kita bisa menggunakan teknologi di kelas guru, begitu pula sebaliknya. Lelucon atau komedi dalam stand-up comedies memiliki struktur dasar yang sangat dasar. Secara tradisional, lelucon terdiri dari dua bagian, yaitu perangkat dan pukulan (punch line), Set up adalah bagian pertama dari lelucon, bersiaplah untuk tertawa, dan pukulan adalah bagian kedua, buat kita tertawa¹¹.

Dalam sejarahnya, stand-up comedy muncul di Eropa dan Amerika pada abad ke-18. Kartun-kartun ini biasanya menyajikan berbagai cerita lucu, lelucon atau kritik pendek, dan seringkali memiliki berbagai aksi dan gaya yang sifatnya beragam, sehingga tersebar luas. Beberapa komik bahkan menggunakan alat peraga untuk mempercantik penampilannya di atas panggung. Stand-up comedy mulai muncul dan berkembang di Eropa sekitar tahun 1970-1980. Pada tahun 1979, petenis Inggris Peter Rosengard (Peter Rosengard) mendirikan grup stand-up comedy dengan gaya Amerika. Grup ini menjadi penggerak munculnya grup stand-up comedy di seluruh dunia. Seiring berjalannya waktu, talk show komedi telah menyebar ke seluruh dunia, salah satunya di Indonesia. Stand-up comedy muncul di Indonesia sekitar tahun 1992 dan diperkenalkan oleh dua karakter Roman Papan dan Harry de Frates¹².

Keberhasilan komik "Comedy Talk Show" anak-anak tidak terlepas dari kepiawaian mereka dalam bercanda hingga menimbulkan gelak tawa penonton. Stand up comedy humor bukan sekedar humor yang menghasilkan cerita menarik, tetapi menyampaikan sudut pandang komik. Pendapat ini berasal dari apa yang telah dilihat dan terjadi di lingkungan komik. Berdasarkan pandangan ini, kritik atau ironi yang sangat wajar dapat dikatakan sebagai fungsi humor untuk hiburan. Dari perspektif linguistik, komik biasanya melanggar banyak aspek pragmatisme dan memanfaatkan bahasa. Penonton harus bisa dewasa dalam menyikapi humor, karena setajam apapun kata-kata dalam humor tetaplah humor. Terkadang setiap

¹¹ Asep Sukron, "PENINGKATAN KEMAMPUAN BERPIDATO SISWA KELAS VI SEKOLAH DASAR NEGERI ARCA KECAMATAN SUKAMAKMUR KABUPATEN BOGOR MELALUI TEKNIK STAND UP COMEDY," *Jurnal Review Pendidikan Dasar : Jurnal Kajian Pendidikan dan Hasil Penelitian* 5, no. 1 (January 11, 2019): 875, <https://doi.org/10.26740/jrpd.v5n1.p875-881>.

¹² Apri Damai Sagita Krissandi and Kelik Agung Cahya Setiawan, "Kritik Sosial Stand Up Comedy Indonesia Dalam Tinjauan Praktatik," *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 7, no. 2 (October 12, 2018): 46–59, <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5316>.

suara memiliki makna berdasarkan pendapat masing-masing pendengar, sehingga tidak jarang pendengar mengemukakan pendapat yang berbeda-beda.¹³

Bergson percaya bahwa ada tiga cara membuat permainan bahasa melalui stand-up comedy, termasuk pengulangan, inversi, dan saling campur tangan. Hominimi, metafora dan substitusi 1) Repetisi adalah suatu bentuk permainan bahasa yang menggunakan pengulangan yang tidak disengaja untuk menciptakan humor. 2) Flip, suatu bentuk pemutaran bahasa menggunakan pemutaran suara. 3) Homophony adalah gabungan dari kata-kata umum dengan nama tertentu (seperti nama makanan atau nama tempat), nama tersebut tidak ada artinya dengan kata sebelumnya. 4) Metafora mencakup dua jenis: metafora buatan dan metafora alam. 5) Penggantian adalah mengganti unit bahasa dengan unit bahasa lain yang masih memiliki kategori tetap¹⁴.

Dalam perkembangan terkini, banyak program TV dengan berbagai jenis hiburan yang cukup membuat pemirsa senang dan terharu dengan fenomena di sekitarnya. Stand-up comedy merupakan salah satu bentuk hiburan yang baru saja masuk ke Indonesia. Selama ini pertunjukan komedi sangat umum didengar, terutama para pecinta komedi di Indonesia. Stand up comedy adalah kegiatan hiburan dimana hanya satu orang yang berdiri atau berbicara di depan penonton atau biasa disebut komik, dan berbicara kepada penonton, dan menghibur dengan tema menggoda lingkungan atau fenomena yang ada. muncul di sekitar kita. Sentuhan ada dan menyiratkan¹⁵.

Youtube adalah situs berbagi video yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal. Situs web ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan menggunakan Adobe Flash Video dan teknologi HTML5 untuk menampilkan berbagai konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Ada juga konten amatir, seperti blog video, video

¹³ Indah Ita Utami, "STRATEGI HUMOR PADA ACARA STAND UP COMEDY," *Adabiyāt: Jurnal Bahasa dan Sastra* 2, no. 2 (December 17, 2018): 219, <https://doi.org/10.14421/ajbs.2018.02204>.

¹⁴ Ayu Nuro Uqtura, "JOKES (SET UP DAN PUNCHLINE) DALAM WACANA HUMOR KOMIKA POPON KEROK ACARA STAND UP COMEDY INDONESIA (SUCI) 8 DI KOMPAS TV," n.d., 10.

¹⁵ Hikmah Wahyuningsih and Zainal Rafli, "IMPLIKATUR PERCAKAPAN DALAM STAND UP COMEDY 4," *BAHTERA : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 16, no. 2 (July 2, 2017): 139–53, <https://doi.org/10.21009/BAHTERA.162.09>.

orisinal pendek, dan video pendidikan. Sebagian besar konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu dan organisasi lain telah mengunggah materi mereka ke situs sebagai bagian dari program mitra YouTube. Pengguna yang tidak terdaftar dapat menonton video, sedangkan pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah yang tidak terbatas. Video yang dianggap berisi konten yang menyinggung hanya dapat dilihat oleh pengguna terdaftar yang berusia 18 tahun atau lebih. Pada November 2006, YouTube, LLC diakuisisi oleh Google senilai USD 1,65 miliar dan resmi menjadi anak perusahaan Google.

Pada tahun 2010, merupakan era perkembangan perekam video, presenter dan videografer yang menggunakan Youtube sebagai media penyiaran. Mereka juga telah membentuk berbagai bentuk genre video, termasuk infografis, serial TV, motif, komedi, eksperimen sosial, serial jaringan, kompilasi, daftar, ulasan, dokumenter, dll. Mereka membentuk komunitas yang dapat secara aktif menghasilkan konten Youtube melalui interaksi yang dinamis. Salah satu media mainstream jurnalisme teater dan film yang berkantor pusat di Los Angeles (variety show) akhirnya menganggap Youtube sebagai media yang sangat berpengaruh. Sebagai media yang memiliki andil besar di industri hiburan, pada awalnya “variety show” memiliki batasan konten digital. Namun pada akhirnya, variety show mulai membahas channel YouTube dan mensponsori acara, namun hanya menyertakan konten atau pengguna yang terdaftar di Amerika Serikat, seperti Anna Akana, Ray William Johnson. Namun pada tahun 2015, variety show akhirnya mulai melebarkan pembahasan di YouTube dalam skala global. Pengguna Youtube Swedia Felix Arvid Ulf Kjellberg atau biasa dikenal dengan "pewdiepie" dielu-elukan sebagai orang yang sangat berpengaruh di industri hiburan oleh Variety Magazine ¹⁶.

Youtube adalah media sosial berbasis video yang sudah populer sejak 5 tahun yang lalu, menurut statistik di situsnya, Youtube memiliki lebih dari 1 milyar pengguna, terhitung hampir sepertiga dari seluruh pengguna internet. Hingga Maret 2015, pembuat konten di YouTube telah mengupload 10.000 video,

¹⁶ Fitria Ayuningtyas and Ahmad Zakki Abdullah, “Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online (Studi Kasus pada Komunitas Online LinkPictureID),” *Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (January 16, 2018): 137, <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1076>.

karena membuat akun atau saluran di YouTube dan menarik pelanggan atau pemirsa dapat menghasilkan uang. Seiring waktu, semakin banyak orang yang membuat akun YouTube, menciptakan peluang untuk bekerja. Pengguna Youtube dapat menonton ratusan juta jam video setiap hari dan menghasilkan milyaran tampilan. Usia rata-rata YouTube adalah antara 18 dan 34 tahun. Anda dapat mengakses berbagai konten video di YouTube, termasuk musik, film, berita dan informasi, olahraga, gaya hidup, permainan, dan Vlog. Ada lebih dari 500 channel di Youtube yang tergolong dalam jenis Vlog. Menurut ranking SocialBlade.com (salah satu situs statistik media sosial), nomor satu di antara 100 channel terbaik di Indonesia adalah seseorang bernama Raditya Dika, yang juga Lebih dari 205 juta video berdasarkan Vlog dan waktu tonton¹⁷.

Youtube merupakan bagian dari new media atau new media dengan banyak fungsi (termasuk media sosial terintegrasi). Media mencapai fungsi ini dengan meningkatkan saling pengertian di antara publik. Youtube seakan menjadi kebutuhan dan skill baru yang harus dimiliki dan dipelajari. Namun, terlepas dari banyaknya YouTuber pada akhirnya, tidak semuanya berhasil mendapatkan pelanggan. Tergantung dari skill penyajian konten yang menarik, yang bisa jadi video viral¹⁸.

Metode Penelitian

Dalam penelitian konseptual kali ini akan membahas tentang bagaimana pengaktualisasian nilai dakwah dalam konten stand up comedy di youtube. Seperti yang terjadi dalam konten stand up comedy yang dibawakan oleh Dzawin dalam kontes stand up comedy Indonesia 4 penampilan ke 9 yang ditayangkan oleh kanal youtube Stand Up Kompas TV.

Didalam penelitian kali ini juga menyebutkan stand up comedy yang didefinikasi oleh Greg Dean adalah suatu konten yang menampilkan isu-isu sosial

¹⁷ Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama, "CONTENT IN YOUTUBE VLOG INFLUENCE ON STUDENT ATTITUDES ESTABLISHMENT OF COMMUNICATION SCIENCES FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE UNIVERSITY OF SAM RATULANGI," no. 1 (2017): 18.

¹⁸ Farida Nur Rahma and Mada Wijaya Kusumah, "YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)," preprint (Open Science Framework, January 13, 2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/m5ub8>.

yang terjadi di lingkungan sekitar masyarakat. Dalam suatu penampilannya suatu comica (sebutan bagi orang yang membawakan stand up comedy) membawakan suatu sindiran sosial tentang apa yang diresahkan dan yang dialami oleh comica serta disampaikan secara tunggal diatas panggung. Stand up comedy disampaikan secara tunggal diatas panggung serta dilakukan monolog untuk menyampaikan materinya didepan audiens.¹⁹.

Dengan kreativitas dari sang Comica banyak timbul suatu candaan atau lawakan yang kadang tidak disadari muncul suatu nilai. Nilai yang ditimbulkan pun sangat banyak sekali, mulai dari nilai-nilai positif sampai dengan nilai-nilai negative. Bahkan juga ada comica yang membungkus suatu sindiran negatif yang dikemas apik sehingga menimbulkan suatu humoran yang positif. Dari nilai tersebut ada pula comica yang secara tidak langsung membawakan materi-materi yang juga membawa nilai dakwah keagamaan dibungkus dengan humor ringan. Penonton layaknya disihir dengan lawakannya sehingga nilai dakwah tersebut tidak Nampak halus dibawakan oleh sang comica.

Dengan perkembangan teknologi seorang comica juga terkadang menyisipkan materi dakwah dalam stand up comedynya. Dakwah dalam masa kini sangat fleksibel sehingga dakwah dapat disampaikan diberbagai panggung karena adanya kemajuan teknologi. Pada awalnya dakwah islam dimulai dari hal yang paling mudah dan normative, dengan perkembangan teknologi dakwah dapat dilakukan dengan beragam cara, metode dan medianya. Perubahan yang membawa kepada hal positif yang menjadikan dakwah dapat masuk kesegala lini masyarakat melalui berbagai macam cara sehingga mampu mewarnai suatu penyampaian pesan agama.²⁰.

Dalam stand up comedy yang dibawakan oleh Dzawin salah satu partisipan Stand Up Comedy Indonesia 4 (SUCI 4) show ke 9 pada link youtube <https://www.youtube.com/watch?v=3t9MG5ZUKwo> yang telah diupload pada tanggal 9 Juni 2020 di channel youtube milik Stand Up Kompas TV,

¹⁹ Ifah Atur Kurniati, "Stand Up Comedy, Retorika Generasi Milenial," *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 2, no. 02 (July 23, 2019): 29, <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.955>.

²⁰ Irzum Fariyah, "(Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus)" 1 (2013): 21.

mengungkapkan sejumlah sisipan nilai dakwah yang terkandung dalam materinya. Seperti pada menit ke 1.35 yang mengungkapkan beberapa nilai dakwah positif dengan menyebutkan kata *subhanallah* dalam meterinya yang berbunyi “*iya kita lihat Dzawin membawa bola, ya dibawa dibawa dibawa, Subhanallah dribble yang sangat cantik*”. Kata *subhanallah* sendiri berasal dari kata bahasa arab yang berarti maha suci Allah. Kalimat yang diindentikkan dengan kata yang menunjukkan kebaikan. Karena dalam kehidupan sehari-hari kata *subhanallah* sering diindikasikan dalam sebuah perkataan dakwah atau percakapan positif sehari-hari.

Hasil dan Pembahasan

Materi Dzawin pada menit ke 2.06 dengan mengungkapkan kata “*takut ria*” dalam perkataan lengkapnya yang disebutkan “*ya masih Dzawin, masih Dzawin, masih Dzawin, ditendang dan gol! Dzawin tidak melakukan selebrasi, dia tidak mau dipuji, dia takut ria*” ungkapan yang secara tidak langsung menyindir orang agar tidak bersifat ria atau pamer.

Suatu sisipan nilai dakwah yang secara tidak langsung terjadi dan dilakukan oleh comica stand up comedy diatas panggung. Dakwah secara halus dan dikemas dalam humor seperti ini lah yang disukai oleh masyarakat. Mengangkat sisipan materi berupa kebiasaan dalam pesantren yang juga secara tidak langsung menggiring opini publik agar juga terjun kedalam imajinasinya membayangkan situasi pesantren yang digambarkan oleh Dzawin.

Juga beberapa kali Dzawin melemparkan candaan juga membawa huruf hijaiyah, hamba Allah, zakat, dana rah ke kiblat. Beberapa hal kita bisa sebut dakwah karena secara tidak langsung mengenalkan nilai-nilai islami dalam materi yang disiapkan dan ditampilkan diatas panggung nasional sebuah ajang bergengsi Stand Up Comedy 4 (SUCI 4) Kompas TV.

Dengan cara yang dipakai oleh Dzawin pada video tersebut terbukti candaannya yang juga tersisipi oleh unsur dakwah masih diterima oleh penonton. Terbukti penonton masih terhibur dengan adanya materi yang dibawakan oleh Dzawin dengan santainya. Bahkan pada malam show ke 9 itu Dzawin mendapat apresiasi sangat baik dari juri Indro Warkop dan Feni Rose.

Hal ini merupakan penerapan aktualisasi nilai dakwah dalam masyarakat yang sangat efisien. Dakwah adalah mengajak kepada kebaikan bukan hanya melalui mimbar ceramah tapi juga bisa dilakukan dalam berbagai bidang.

Tujuan diadakannya dakwah tidak lebih dari untuk mempromosikan pemahaman, pengetahuan, penghargaan dan pengakuan doktrin agama yang dibawa oleh da'i. Penting juga untuk mendamaikan sifat manusia dan agama, atau membuat orang sadar akan perlunya tauhid dan kemauan untuk mengamalkan ajaran Islam dan menunjukkan niat baik. Secara umum, tujuan Dakwah adalah membawa orang kembali ke hukum Islam atau agama sehingga mereka bisa menyesuaikan diri dengan aturan agama. Di sini, agama bukan hanya sistem kepercayaan, tetapi juga memiliki sistem multi-segi untuk mengatur kehidupan manusia, termasuk vertikal (hablumminallah) dan horizontal (hablumminannas).²¹.

Penutup

Aktualiasasi penerapan nilai dakwah secara tidak langsung dapat disisipkan dalam berbagai macam bentuk penyampaiannya, bahkan dalam stand up comedy sisipan nilai dakwah pun dapat diterima oleh penonton. Layaknya lawakan biasa tetapi dalam intinya secara tidak langsung dapat mengenalkan nuansa islam dan beberapa kosakata-kosakata islami yang bisa diterima oleh masyarakat. Hal itu merupakan suatu wujud penerapan dakwah yang sangat fleksibel, dapat dilakukan dalam berbagai macam sajian. Dengan bantuan teknologi menjadikan dakwah tersebut lebih halus dengan kemasan yang berbeda. Hal itu merupakan implementasi dari perkembangan teknologi internet yang sangat pesat. Salah satu perkembangan teknologi merupakan youtube, yang merupakan situs untuk share video yang sedang naik daun saat ini. Tidak dipungkiri sangat banyak manfaat yang ditimbulkan akan adanya youtube, salah satunya dalam bidang dakwah dan keagamaan. Ribuan konten yang bertebaran diyoutube tidak dapat dibendung, salah satunya konten stand up comedy tersebut.

²¹ Ahmad Zaini, "Dosen Jurusan Dakwah STAIN Kudus" 1 (2013): 16.

Referensi

- Ayuningtyas, Fitria, and Ahmad Zakki Abdullah. "Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online (Studi Kasus pada Komunitas Online LinkPictureID)." *Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (January 16, 2018): 137. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1076>.
- Bastomi, Hasan. "Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer dalam Menyongsong Masyarakat Modern." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 1 (February 22, 2018): 1–19. <https://doi.org/10.24090/kom.v11i1.1275>.
- Cahyono, Anang Sugeng. "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA," n.d., 18.
- David, Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama. "CONTENT IN YOUTUBE VLOG INFLUENCE ON STUDENT ATTITUDES ESTABLISHMENT OF COMMUNICATION SCIENCES FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE UNIVERSITY OF SAM RATULANGI," no. 1 (2017): 18.
- "Farihah - 2013 - (Dosen Jurusan Dakwah Dan Komunikasi STAIN Kudus).Pdf," n.d.
- Farihah, Irzum. "(Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus)" 1 (2013): 21.
- "Hayati - 2017 - NILAI-NILAI DAKWAH; AKTIVITAS IBADAH DAN PERILAKU .Pdf," n.d.
- "Hefni - 2017 - Makna Dan Aktualisasi Dakwah Islam Rahmatan Lil' A.Pdf," n.d.
- Krissandi, Apri Damai Sagita, and Kelik Agung Cahya Setiawan. "Kritik Sosial Stand Up Comedy Indonesia Dalam Tinjauan Praktatik." *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 7, no. 2 (October 12, 2018): 46–59. <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5316>.
- Kurniati, Ifah Atur. "Stand Up Comedy, Retorika Generasi Milenial." *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 2, no. 02 (July 23, 2019): 29. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.955>.
- Labas, Yessi Nurita, and Daisy Indira Yasmine. "Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 4, no. 2 (November 6, 2017): 104. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28584>.
- Praselanova, Reiza. "Komunikasi Resolusi Intoleransi Beragama Di Media Sosial." *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2020): 76–95. <https://doi.org/10.38073/wasilatuna.v3i1.360>.

- Rahma, Farida Nur, and Mada Wijaya Kusumah. "YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)." Preprint. Open Science Framework, January 13, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/m5ub8>.
- Saefulloh, Aris. "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah." *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (January 23, 2014): 138. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.
- Sholikhin, Muhammad. "BERBAGAI MASALAH KEBERAGAMAAN MASYARAKAT MODERN DALAM PERSPEKTIF DEKONSTRUKSI DAKWAH BERBASIS PSIKOLOGI SOSIAL." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 9, no. 1 (January 23, 2017): 1–19. <https://doi.org/10.24090/komunika.v9i1.827>.
- Sukron, Asep. "PENINGKATAN KEMAMPUAN BERPIDATO SISWA KELAS VI SEKOLAH DASAR NEGERI ARCA KECAMATAN SUKAMAKMUR KABUPATEN BOGOR MELALUI TEKNIK STAND UP COMEDY." *Jurnal Review Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Pendidikan dan Hasil Penelitian* 5, no. 1 (January 11, 2019): 875. <https://doi.org/10.26740/jrpd.v5n1.p875-881>.
- Tibek, Siti Rugayah Hj. "Profesionlisme Dakwah: Harapan dan Cabaran," n.d., 7.
- Uqtura, Ayu Nuro. "JOKES (SET UP DAN PUNCHLINE) DALAM WACANA HUMOR KOMIKA POPON KEROK ACARA STAND UP COMEDY INDONESIA (SUCI) 8 DI KOMPAS TV," n.d., 10.
- Utami, Indah Ita. "STRATEGI HUMOR PADA ACARA STAND UP COMEDY." *Adabiyāt: Jurnal Bahasa dan Sastra* 2, no. 2 (December 17, 2018): 219. <https://doi.org/10.14421/ajbs.2018.02204>.
- Wahyuningsih, Hikmah, and Zainal Rafli. "IMPLIKATUR PERCAKAPAN DALAM STAND UP COMEDY 4." *BAHTERA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 16, no. 2 (July 2, 2017): 139–53. <https://doi.org/10.21009/BAHTERA.162.09>.
- Zaini, Ahmad. "Dosen Jurusan Dakwah STAIN Kudus" 1 (2013): 16.