BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Transformasi media komunikasi telah membawa perubahan pada praktik dakwah di era modern. Aktivitas dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui forum-forum keagamaan secara langsung kini berkembang ke berbagai media digital dengan strategi penyampaian yang lebih kreatif dan komunikatif. Pergeseran tersebut dipengaruhi oleh perubahan sosial, perkembangan teknologi digital, serta karakteristik audiens, terutama generasi muda, yang cenderung menyukai konten visual, unsur hiburan, dan penyampaian pesan yang sederhana namun tetap bermakna (Luthfi et al., 2024).

YouTube merupakan salah satu platform media digital dengan jangkauan yang luas di Indonesia. Berdasarkan laporan DataReportal, Digital 2026: Indonesia, yang menggunakan data dari Google's advertising resources, YouTube memiliki potensi jangkauan iklan sekitar 151 juta pengguna di Indonesia pada akhir 2025. Angka tersebut setara dengan sekitar 52,7% dari total populasi Indonesia dan sekitar 65,5% dari pengguna internet di Indonesia. Data tersebut juga menunjukkan bahwa potensi jangkauan iklan YouTube di Indonesia mengalami peningkatan sekitar 8 juta pengguna atau 5,6% dibandingkan akhir 2024. Besarnya jangkauan tersebut menunjukkan bahwa YouTube memiliki posisi yang penting sebagai ruang komunikasi digital yang dapat dimanfaatkan untuk

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

penyebaran berbagai jenis informasi dan konten, termasuk konten keagamaan dan dakwah (DataReportal, 2026).

Di tengah perkembangan tersebut, kemajuan teknologi digital membuka peluang baru bagi dakwah, terutama melalui media sosial dan platform berbasis video seperti YouTube. Media digital memungkinkan para da'I menjangkau khalayak yang jauh lebih luas tanpa batasan waktu dan ruang. YouTube, khususnya, telah menjadi salah satu platform utama untuk dakwah digital berkat aksesibilitasnya, kemudahan penggunaannya, dan popularitasnya di kalangan berbagai kalangan masyarakat. Kaum muda cenderung memilih YouTube sebagai sumber pembelajaran agama karena kontennya beragam, visual, interaktif, dan selaras dengan budaya digital yang mereka jalani (Luthfi, 2024). Hal ini menandai pergeseran dari dakwah konvensional menuju dakwah kreatif yang didasarkan pada konten audiovisual.

Dalam konteks budaya populer yang berkembang saat ini, generasi muda juga semakin akrab dengan maraknya tren stand up comedy dan berbagai konten lucu di media sosial. Kecenderungan tersebut membuat mereka lebih tertarik pada materi yang disampaikan secara jenaka, spontan, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kondisi ini membuka peluang baru bagi para pendakwah untuk menghadirkan dakwah berbasis humor sebagai sarana menyampaikan pesan keagamaan secara lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya kalangan muda (Hilmi, M. 2019). Perubahan preferensi inilah yang akhirnya mendorong pendakwah mengadopsi

pendekatan baru yang mampu menjembatani antara pesan agama dengan dunia audiens modern.

Salah satu bentuk pendekatan yang mengalami peningkatan popularitas adalah penggunaan humor dalam dakwah. Humor, sebagai sarana komunikasi universal, dinilai mampu mencairkan suasana, membangun kedekatan emosional, serta membuat audiens lebih mudah menerima pesan yang disampaikan. Penggunaan humor juga dianggap efektif dalam menarik perhatian jemaah, terutama dalam konteks ceramah yang panjang atau tema-tema berat. Dalam berbagai penelitian komunikasi dakwah, humor dikategorikan sebagai strategi retorika yang membantu menciptakan kenyamanan psikologis, sehingga audiens tidak merasa terbebani oleh pesan moral atau peringatan keagamaan yang disampaikan (Wandi, 2020). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak pendakwah kemudian memanfaatkan humor sebagai bagian dari gaya komunikasinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Namun demikian, peningkatan penggunaan humor dalam ceramah agama juga menghadirkan tantangan baru. Humor yang digunakan secara berlebihan, tidak tepat konteks, atau menyinggung kelompok tertentu berpotensi menimbulkan kontroversi dan mengaburkan nilai dakwah itu sendiri (Akbar et al., 2025).

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa humor tidak selalu berdampak positif bagi dakwah. Humor yang tidak terkontrol dapat merusak citra pendakwah dan melemahkan pesan dakwah itu sendiri. Di tengah

masyarakat multikultural yang sensitif terhadap isu sosial, profesi, status ekonomi, dan identitas kelompok, humor yang membawa unsur stereotip atau hinaan sangat mudah memicu respons negatif. Penggunaan humor yang salah sasaran tidak hanya menimbulkan kegaduhan, tetapi juga berpotensi menghilangkan kesakralan dakwah sebagai kegiatan yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan. Tantangan inilah yang menuntut para pendakwah untuk lebih selektif, kritis, dan bijak dalam menggunakan humor sebagai sarana dalam berdakwah.

Selain risiko humor yang berlebihan, masalah lain yang muncul adalah berkurangnya fokus jemaah terhadap esensi dakwah. Banyak audiens yang lebih tertarik pada sisi hiburan daripada pemahaman materi keagamaan. Dalam beberapa kasus, ceramah yang disampaikan secara humoris dinilai lebih populer karena dianggap lucu dan menghibur, namun tidak meninggalkan kesan mendalam terkait pesan agamanya. Hal ini sejalan dengan temuan Hilmi, M. (2019) yang menyatakan bahwa ceramah yang terlalu dominan unsur hiburannya dapat menurunkan kualitas penerimaan pesan dakwah. Akibatnya, dakwah berpotensi berubah menjadi sekadar tontonan, bukan tuntunan.

Salah satu pendakwah yang dikenal memanfaatkan YouTube sebagai sarana penyebaran dakwah humoris adalah Ustaz Nurfadhilah, atau yang lebih dikenal sebagai Ustaz Tile. Beliau menampilkan ceramah dengan gaya yang santai, ringan, penuh canda, dan dekat dengan keseharian. Humor yang digunakan Ustaz Tile dinilai tidak hanya menghibur, tetapi juga

membantu menjelaskan konsep-konsep ajaran Islam secara sederhana. Kombinasi antara penyampaian yang natural, humoris, dan tetap edukatif menjadikannya salah satu pendakwah digital yang digemari.

Meskipun demikian, dakwah dengan humor tetap memerlukan kajian mendalam. Pertanyaan-pertanyaan kritis perlu diajukan: apakah humor benar-benar meningkatkan efektivitas penyampaian pesan? Apakah audiens menangkap inti ajaran agama atau sekadar menikmati hiburannya? Apakah humor tersebut tetap berada dalam batas etika dakwah dan syariat Islam? Bagaimana memastikan humor tidak berubah menjadi hinaan atau olok-olok yang merendahkan pihak lain? (Aziz, 2019).

Di sisi lain, dakwah digital juga berbicara tentang engagement atau keterlibatan audiens. Dalam konteks YouTube, keterlibatan mad'u dapat dilihat dari komentar, likes, shares, dan berbagai bentuk interaksi lainnya. Pendekatan humor sering kali menghasilkan tingkat engagement yang tinggi karena menciptakan kesan positif, kedekatan emosional, serta kenyamanan dalam menikmati dakwah (Wandi, 2020). Namun engagement yang tinggi belum tentu menunjukkan keberhasilan penyampaian pesan dakwah, sehingga diperlukan analisis lebih komprehensif mengenai efektivitas dakwah humor secara substantif.

Dengan mempertimbangkan kompleksitas tersebut, penelitian mengenai dakwah humor Ustaz Tile di YouTube menjadi relevan dan penting. Penelitian ini mengkaji bagaimana humor dimanfaatkan sebagai sarana dakwah, bagaimana humor tersebut dikelola agar tetap sejalan

dengan etika dakwah dan nilai Islam, serta bagaimana humor mampu menarik perhatian audiens modern. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan model dakwah digital yang kreatif, komunikatif, dan penuh rasa santun bagi seluruh lapisan masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan humor dalam dakwah merupakan fenomena yang menghadirkan peluang sekaligus tantangan Jika digunakan dengan bijak, humor dapat memperkaya dakwah dan menjadikannya lebih inklusif. Namun jika digunakan secara berlebihan, humor dapat menimbulkan kontroversi, penyalahpahaman, bahkan merusak esensi dakwah itu sendiri. Oleh sebab itu, analisis mengenai dakwah Ustaz Tile di YouTube menjadi langkah penting untuk memahami peran humor sebagai salah satu metode dakwah yang relevan di era digital.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada wacana humor dalam dakwah digital Ustaz Tile. Kajian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode AWK Norman untuk mengkaji bagaimana humor dikonstruksi dalam ceramah melalui analisis teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural. Berdasarkan fokus tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana penggunaan humor dalam dakwah Ustaz Nurfadhilah pada kanal YouTube Bang Tile El Bahir Official dikonstruksi pada dimensi teks berdasarkan analisis Norman Fairclough?

2. Bagaimana praktik diskursif dalam ceramah Ustaz Nurfadhilah merepresentasikan dakwah melalui humor?
3. Bagaimana praktik sosiokultural memengaruhi penggunaan humor dalam dakwah digital Ustaz Nurfadhilah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan bentuk dan pola penggunaan humor dalam wacana teks dakwah Ustaz Nurfadhilah di kanal YouTube Bang Tile El Bahir Official.
2. Menganalisis praktik diskursif yang dibangun melalui penggunaan humor berdasarkan kerangka Norman Fairclough.
3. Menjelaskan pengaruh praktik sosiokultural terhadap penggunaan humor dalam dakwah digital Ustaz Nurfadhilah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bidang analisis Wacana Kritis dalam bidang komunikasi dan dakwah Islam, khususnya terkait penggunaan humor sebagai bagian dari konstruksi wacana dakwah di media digital. Melalui perspektif Norman Fairclough,

humor dipahami tidak hanya sebagai unsur hiburan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang membentuk makna, pola penyampaian pesan, serta hubungan antara da'I dan audiens. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan studi komunikasi dakwah dengan memposisikan humor sebagai strategi persuasif yang relevan dalam menjangkau komunitas digital. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya studi linguistik, khususnya Analisis Wacana Kritis, dengan menjelaskan keterkaitan antara penggunaan bahasa, simbol, dan konteks sosiokultural dalam membentuk makna humor dalam ceramah, serta berfungsi sebagai rujukan bagi penelitian di masa mendatang.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi da'i dan kreator konten Islam dalam memanfaatkan humor secara tepat dan proporsional sebagai sarana penyampaian pesan-pesan dakwah di media digital. Temuan penelitian ini dapat mendorong lahirnya konten dakwah yang lebih humanis, dialogis, dan sesuai dengan konteks kehidupan audiens, sehingga pesan keislaman terasa lebih dekat dan mudah diterima. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi lembaga dakwah sebagai bahan pertimbangan untuk memahami dinamika penerimaan audiens terhadap pesan religius yang dikemas secara humoris, khususnya dalam menghadapi karakter masyarakat digital yang kritis, beragam, dan aktif berinteraksi di media sosial.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya Yang Relevan

Tinjauan pustaka ini mencakup berbagai penelitian yang berkaitan dengan topik yang diteliti dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut berfungsi sebagai landasan, dasar perbandingan, dan acuan untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, serta aspek-aspek unik dari penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini:

Tabel 1.1: hasil penelitian terdahulu yang relevan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Reyhansyah, 2024	Strategi Pengemasan Dakwah Melalui Humor dalam Ceramah: Studi Deskriptif Pada Ceramah Ustaz Tile	Keduanya membahas humor dalam dakwah untuk menarik perhatian audiens.	Metode Penelitian berbeda (Analisis Wacana Kritis versus Deskriptif)
2.	Mutiara Hasyim Dalimunthe, 2021	Teknik Humor Da'i dalam Menyampaikan Dakwah di Desa Sei Rotan Kecamatan Percut Seituan.	Sama-sama membahas teknik humor sebagai alat dakwah untuk memperjelas pesan.	Fokus penelitian lain pada teknik verbal, bukan pada praktik dakwah di kanal digital seperti YouTube.

3.	Imam Mudzakir, 2025	Peran Humor dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Gus Kautsar di Channel YouTube Teras Gubuk	Keduanya meneliti peran humor dalam dakwah pada platform YouTube.	Penelitian ini menggunakan teori wacana kritis dan humor secara konseptual, penelitian sebelumnya lebih fokus pada survei efek pada audiens.
4.	Nurul Komariah, 2025	Teknik Humor dalam Dakwah di Channel YouTube Ustadz Abrar Masrawi	Memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan dakwah humor.	Penelitian ini lebih menekankan pada dimensi kritis dan konteks budaya digital, penelitian lain mengulas bentuk teknik spesifik.
5.	Ridwan Munawar, 2024	Analisis Pesan Humor dalam Dakwah pada Channel YouTube Adi Hidayat Official	Keduanya meneliti peran humor dalam dakwah di platform YouTube.	Penelitian ini mengkombinasi AWK dan humor incongruity; penelitian lain menitikberatkan adab dan syariat dalam berhumor

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

1.5.2. Landasan Teoritis

A. Teori Analisis Wacana Kritis (AWK) Norman Fairclough

Penelitian ini menggunakan model Analisis Wacana Kritis (CDA)

karya Norman Fairclough sebagai kerangka analisis untuk mengkaji konstruksi wacana dakwah humoris di saluran Ustaz Tile. Menurut Fairclough (1995), bahasa dipahami sebagai praktik sosial yang tidak dapat dipisahkan dari relasi kuasa, ideologi, dan konteks sosial yang mendasari munculnya suatu wacana. Oleh karena itu, penyampaian dakwah oleh Ustaz Tile dipahami tidak hanya sebagai proses komunikasi keagamaan, tetapi juga sebagai bentuk adaptasi terhadap budaya digital, tren dalam budaya populer, serta kebutuhan masyarakat yang menginginkan pesan-pesan keagamaan disampaikan dengan cara yang lebih komunikatif, interaktif, dan humanis (Hakim, 2025). Berdasarkan kerangka ini, penelitian ini tidak hanya menganalisis isi pesan dakwah, tetapi juga menelaah proses pembentukan wacana, praktik produksi dan distribusi, serta bagaimana audiens menafsirkan pesan-pesan tersebut dalam konteks sosial.

Dalam buku "*Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*", Fairclough (1995) menjelaskan bahwa AWK dikaji melalui tiga aspek yang saling terkait, yaitu analisis teks, praktik diskursif, dan praktik sosiokultural. Ketiga dimensi ini membentuk kerangka analisis yang memungkinkan wacana dipahami secara komprehensif, karena wacana tidak berdiri sendiri melainkan selalu dipengaruhi oleh proses produksinya, konteks sosial, serta hubungan makna yang mengelilinginya. Dalam konteks penelitian ini, dakwah humor dipahami sebagai praktik komunikatif yang dibentuk oleh interaksi antara penggunaan bahasa,

proses penyebaran wacana, dan kondisi sosial yang mendasarinya.

a. Dimensi Teks

Dimensi teks menyoroti bagaimana sebuah wacana dibangun melalui pilihan bahasa yang digunakan di dalamnya. Pada tahap ini, perhatian diarahkan pada elemen-elemen seperti diksi, gaya tutur, struktur kalimat, penggunaan metafora atau analogi, pola repetisi, serta cara sebuah narasi disusun. Dalam konteks kajian dakwah humoris di media digital, analisis terhadap unsur-unsur tersebut diperlukan untuk melihat bagaimana bahasa bekerja membentuk kesan, suasana, dan arah pemaknaan tertentu (Maulida, 2025). Bahasa tidak sekadar berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk cara audiens memaknai pesan yang diterimanya.

Dalam kajian komunikasi keagamaan, pilihan bahasa sering menjadi pintu masuk penting sebelum pesan utama diperhatikan. Cara pendakwah menggunakan kosakata sehari-hari, memilih gaya tutur yang ringan, atau menyisipkan ungkapan-ungkapan jenaka dapat memperlihatkan kecenderungan komunikasi tertentu yang ingin dibangun. Unsur-unsur ini menunjukkan bagaimana bahasa dapat mencerminkan posisi, karakter, dan strategi komunikator sebelum kita berbicara mengenai sejauh mana pesan itu diterima oleh masyarakat (Hakim, 2025). Karena itu, analisis pada dimensi teks memberi gambaran awal mengenai bagaimana sebuah wacana disusun dan arah makna yang mungkin dituju oleh pembicara.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pendekatan AWK Fairclough menempatkan dimensi ini sebagai dasar untuk memahami wacana secara lebih menyeluruh. Fokusnya bukan hanya mengurai bentuk humor atau pilihan kata yang muncul, melainkan melihat bagaimana unsur-unsur tersebut bekerja membangun makna tertentu dalam sebuah wacana dakwah. Dengan memahami konstruksi teks, peneliti mendapatkan pijakan awal yang penting sebelum masuk ke pembahasan mengenai proses produksi wacana maupun kaitan wacana tersebut dengan konteks sosial budaya yang lebih luas.

b. Dimensi Praktik Wacana

Dimensi praktik wacana mengkaji bagaimana suatu pesan dihasilkan, disebarluaskan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Dalam konteks YouTube, konten dakwah Ustaz Tile dipengaruhi oleh logika media digital seperti tuntutan durasi, gaya penyajian, pemotongan klip, pemilihan judul yang menarik, hingga algoritma yang menentukan jangkauan audiens. Fairclough (1992) menjelaskan bahwa praktik wacana tidak bisa dilepaskan dari institusi yang menaunginya; karena itu, cara Ustaz Tile mengemas dakwahnya merupakan respons terhadap karakteristik media digital itu sendiri. YouTube tidak hanya menjadi saluran penyebar wacana, tetapi menjadi bagian dari struktur produksi pesan dakwah.

c. Dimensi Praktik Sosial

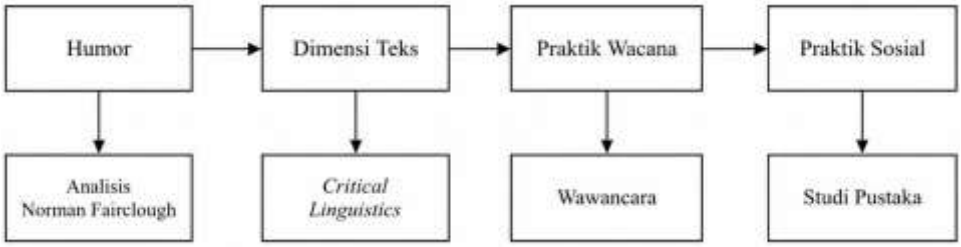
Pada dimensi praktik sosial, dakwah Ustaz Tile dianalisis sebagai wacana yang lahir dari perubahan sosial di masyarakat. Perkembangan

media digital, meningkatnya budaya populer, dan perubahan pola konsumsi informasi mendorong lahirnya model penyampaian dakwah yang lebih komunikatif dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, humor dalam ceramah tidak hanya dipahami sebagai pilihan retoris, tetapi juga sebagai respons terhadap perubahan karakter dan kebutuhan audiens di era digital. Masyarakat modern cenderung lebih selektif terhadap pesan keagamaan dan lebih menyukai pendekatan yang komunikatif, ringan, serta tidak terlalu formal. Dalam konteks ini, dakwah humoris menjadi respons terhadap tuntutan sosial tersebut (Fairclough, 1995).

Humor berfungsi sebagai jembatan antara nilai-nilai Islam yang mapan dengan situasi sosial masyarakat yang kompleks. Ia membuat pesan agama lebih membumi, mengurangi resistensi terhadap materi yang sensitif, dan menghadirkan ruang dialog yang lebih inklusif. Pendekatan ini juga mencerminkan transformasi gaya dakwah dari model konvensional menuju gaya yang lebih adaptif terhadap budaya digital (Hakim, 2025).

1.5.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dikembangkan untuk memberikan gambaran umum mengenai alur pemikiran yang mendasari proses penelitian. Melalui kerangka tersebut, hubungan antara teori, fokus penelitian, dan analisis yang dilakukan dapat dijelaskan secara sistematis. Adapun kerangka konseptual penelitian ini disajikan sebagai berikut.



Bagan 1 1: Kerangka Pemikiran

Gambar di atas menunjukkan kerangka konseptual yang menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Humor dalam ceramah YouTube Ustaz Tile akan diteliti dalam tiga aspek AWK model Norman Fairclough, yang tujuannya membentuk kedekatan emosional audiens sambil tetap menyampaikan nilai-nilai islam.

1. Humor

Humor dalam pemahaman umum merujuk pada sesuatu yang mampu menghadirkan rasa senang, keceriaan, dan tawa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, humor dijelaskan sebagai keadaan yang menggelikan hati atau bentuk kelucuan yang menimbulkan rasa jenaka (KBBI). Pemaknaan ini sejalan dengan berbagai kajian bahasa dan komunikasi di Indonesia yang melihat humor sebagai ekspresi spontan yang dapat mencairkan suasana serta membentuk hubungan sosial yang lebih akrab (Ridwan, Humor dalam Tabligh, 2015).

Secara historis, istilah “humor” memiliki akar yang jauh lebih tua. Kata ini berasal dari bahasa Latin humor atau umor yang artinya “cairan” atau “kelembapan,” yang kemudian diadopsi ke dalam tradisi kedokteran Yunani–Romawi kuno. Dalam tradisi tersebut dikenal doktrin four humors,

yakni empat cairan tubuh yakni darah, lendir, empedu kuning, dan empedu hitam yang diyakini memengaruhi watak dan kondisi emosional seseorang (Rahmanadji, 2007). Pemahaman kuno ini berkembang selama berabad-abad, dan meskipun landasannya bersifat medis tradisional, konsep "humor" berangsur-angsur bergeser maknanya hingga digunakan untuk menjelaskan kondisi kejiwaan, suasana hati, dan akhirnya merujuk pada sesuatu yang lucu sebagaimana digunakan saat ini (Rahmanadji, 2007).

Dalam perkembangan modern, humor dipahami sebagai bentuk ekspresi yang dapat muncul melalui berbagai media, tidak hanya dalam bentuk ujaran lisan tetapi juga tulisan, gambar, tindakan, adegan dramatik, hingga komunikasi digital. Kajian komunikasi dakwah juga mencatat bahwa humor dapat disisipkan melalui anekdot, permainan kata, gaya bahasa yang ringan, atau situasi yang disengaja untuk menciptakan tawa (Dalimunthe, 2021). Melalui beragam bentuk tersebut, humor berfungsi bukan hiburan semata, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan, peredam ketegangan, serta media untuk menciptakan kedekatan antara komunikator dengan audiens.

2. Dakwah

Secara etimologis, istilah "dakwah" berakar dari bahasa Arab دَعَى – يَدْعُو – دَعْوَةً, yang secara literal berarti memanggil, menyeru, mengajak, atau mengundang seseorang mencapai suatu tujuan tertentu (Aziz, 2004). Dalam pemaknaan linguistik ini, dakwah dipahami sebagai aktivitas mengarahkan atau mengundang manusia kepada suatu kebenaran, sehingga aspek ajakan

menjadi inti dari makna dasarnya (Shihab, 2007). Namun jika dilihat dalam terminologi para ulama atau sarjana dakwah, konsep dakwah berkembang lebih luas. Berbagai tokoh memiliki sudut pandang berbeda sehingga definisi yang lahir juga beragam, bergantung pada penekanan masing-masing mengenai proses, tujuan, dan konteks pelaksanaannya (Tasmara, 1997).

Secara istilah, dakwah sering dimaknai sebagai proses membimbing, mengarahkan, atau mengajak manusia menuju pemahaman yang benar mengenai ajaran agama. Dakwah tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga membantu individu keluar dari kesalahan pemahaman, kekeliruan perilaku, atau kondisi yang dianggap menjauhkan dari tuntunan Allah Swt (Aziz, 2004). Tujuannya adalah agar seseorang kembali kepada ketaatan, memperkuat keimanan, serta menjauhi segala bentuk perbuatan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, termasuk maksiat dan kekufuran (Tasmara, 1997). Dengan demikian, dakwah mengandung unsur ajakan menuju kebaikan sekaligus pencegahan terhadap keburukan, yang keduanya berjalan seiring dalam proses pembinaan umat (Munir, 2009).

Berdasarkan berbagai pemahaman tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah merupakan aktivitas mengarahkan manusia agar mengikuti petunjuk Allah Swt dengan melakukan kebaikan, memperkuat keimanan, serta meninggalkan kemaksiatan. Dakwah mencakup usaha mengajak mereka yang jauh dari tuntunan agama untuk kembali pada

ketaatan, sekaligus menghindarkan umat dari perilaku yang berpotensi menjerumuskan pada kekufuran. Dengan pelaksanaan dakwah yang tepat, diharapkan tercapai kebahagiaan manusia, baik pada kehidupan dunia, alam kubur, hingga kehidupan akhirat yang kekal (Munir, 2009).

3. YouTube

YouTube merupakan bagian dari new media yang memberi kesempatan kepada pengguna untuk menonton, mengunggah, dan membagikan beragam konten video secara bebas. Platform ini menghadirkan variasi konten yang luas, mulai dari hiburan, musik, film pendek, hingga karya kreatif pengguna, sehingga menjadi ruang digital yang mendorong kreativitas dan arus informasi global (Tambaruka, 2013: 83). Fungsi YouTube sebagai situs berbagi video juga menempatkannya sebagai salah satu media digital yang paling banyak digunakan karena sifatnya yang terbuka dan aksesibel (Ningsih, 2025: 32).

YouTube didirikan pada Februari 2005 telah menjadi salah satu platform terbesar di dunia dengan miliaran video yang mencakup konten edukasi, berita, hiburan, hingga karya independen. Perkembangan tersebut membuat YouTube menjadi ruang publik digital yang memungkinkan kreator menjangkau audiens global tanpa batas geografis (Rahman et al., 2023).

Sebagai media video daring, YouTube berfungsi tidak hanya untuk menonton atau mencari video, tetapi juga sebagai sarana bagi masyarakat untuk mempublikasikan karya orisinal mereka. Dampaknya sangat terasa,

terutama bagi mereka yang berkecimpung dalam produksi konten seperti vlog, dokumenter, maupun film pendek. Kemudahan akses, tidak berbiaya, serta kompatibel dengan banyak perangkat menjadikan YouTube sebagai media yang memungkinkan siapa pun mengunggah video secara mandiri (Faiqah et al., 2016).

1.6. Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat berlangsungnya kegiatan penelitian yang ditetapkan sesuai dengan objek yang dikaji. Penentuan lokasi ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan selama proses penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada kanal YouTube Bang Tile El Bahir Official sebagai ruang digital tempat objek penelitian dipublikasikan. Objek penelitian berupa video ceramah Ustaz Nurfadhilah yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan fokus penelitian.

1.6.2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Connole dalam Haryoko et al. (2020: 12) menjelaskan bahwa paradigma kritis menekankan pada upaya mendorong perubahan sosial dan keadilan, dengan pandangan bahwa penelitian perlu berperan dalam melihat adanya ketimpangan di masyarakat serta memberikan kontribusi terhadap perbaikan kondisi sosial.

Paradigma ini dipilih karena dapat membantu peneliti memahami

keterkaitan antara humor, penyampaian pesan dakwah, serta nilai dan kepentingan yang menyertainya dalam ceramah Ustaz Tile di YouTube. Melalui pendekatan ini, humor tidak hanya dilihat sebagai unsur penyegar dalam ceramah, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi yang membawa pesan dan makna tertentu kepada audiens.

Selain itu, paradigma kritis memungkinkan peneliti untuk mengkaji peran pendakwah sebagai figur yang memiliki pengaruh dalam membentuk pemahaman audiens. Cara penyampaian pesan, termasuk penggunaan humor, dapat memengaruhi bagaimana nilai-nilai Islami dipahami oleh penonton, mulai dari usia muda hingga orang tua.

Paradigma kritis memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dibentuk oleh berbagai kondisi sosial dan hubungan yang berkembang dalam masyarakat (Yasir, 2020). Berdasarkan perspektif tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana penggunaan humor dalam video ceramah Ustaz Tile dikonstruksi melalui bahasa serta berkaitan dengan praktik diskursif dan kondisi sosiokultural yang melatarbelakanginya.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut Creswell & Poth (2018) didefinisikan sebagai metode untuk mengartikan makna yang diberikan seseorang atau kalangan terhadap fenomena sosial dalam konteks alaminya. Hal ini relevan sebagai cara dalam ceramah, khususnya dalam memanfaatkan humor dalam dakwahnya.

1.6.3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana humor digunakan sebagai media dakwah dalam video ceramah yang diunggah di YouTube Ustaz Tile. Fokus penelitian terletak pada cara Ustaz Tile membingkai pesan-pesan dakwah Islami melalui humor.

Analisis wacana kritis (AWK) digunakan untuk memahami relasi antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi yang tersembunyi dalam praktik komunikasi, khususnya dalam konteks dakwah digital. Menurut Fairclough (1995), AWK tidak hanya menganalisis teks secara linguistik, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan ideologis di balik produksi dan penerimaan teks. Dalam penelitian ini, analisis diarahkan pada struktur wacana dalam video ceramah, termasuk pilihan kata, metafora, intonasi, serta elemen humor yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan religius.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Analisis data menggunakan AWK oleh Norman Fairclough yang mencakup tiga aspek seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Ketiga aspek tersebut digunakan untuk menelaah konstruksi humor dalam ceramah, proses pembentukan dan pendistribusian wacana, serta keterkaitannya dengan kondisi sosial yang mendasarinya. Melalui pendekatan ini, humor dipahami tidak hanya sebagai unsur hiburan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi untuk menyebarluaskan dakwah Islam kepada masyarakat.

1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif karena menekankan isi, makna, dan kedalaman informasi yang diteliti. Data kualitatif didapat melalui wawancara, observasi nonpartisipan terhadap konten digital, dan dokumentasi. Proses pengolahannya dilakukan dengan mengklasifikasikan informasi menjadi kategori tertentu, memecahnya ke dalam unit-unit makna, menyusun ringkasan, menelusuri pola-pola yang muncul, memilih aspek-aspek yang relevan untuk dikaji, hingga menarik kesimpulan yang mudah dimengerti. (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang dikumpulkan berupa data deskriptif atau naratif yang berfokus pada makna dari objek yang diteliti. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui pengamatan terhadap video ceramah Ustaz Nurfadhilah pada kanal YouTube Bang Tile El Bahir Official, dokumentasi terhadap video yang menjadi objek penelitian, serta wawancara dengan Ustaz Nurfadhilah dan tim media yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi konten dakwah. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough yang mencakup dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural untuk mengkaji konstruksi humor dalam penyampaian dakwah di media digital.

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari dua

kategori, yakni primer dan sekunder. Data primer ditempatkan sebagai sumber utama karena diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Umar (2013) menjelaskan bahwa informasi primer dapat diperoleh melalui interaksi langsung dengan sumber penelitian, antara lain melalui observasi, wawancara, maupun penelusuran dokumen. Sugiyono (2019) juga menempatkan data yang berasal langsung dari sumber utama sebagai data primer. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menjadikan konten yang terdapat pada kanal YouTube Ustaz Tile sebagai sumber data primer.

Penelitian ini tidak hanya bertumpu pada informasi yang diperoleh secara langsung dari objek kajian, tetapi juga menggunakan berbagai bahan pustaka sebagai sumber pendukung. Bahan-bahan tersebut berupa informasi yang telah tersedia sebelumnya dan dimanfaatkan kembali sesuai dengan kebutuhan penelitian. Umar (2013) menjelaskan bahwa data sekunder bersumber dari informasi yang sebelumnya telah dikumpulkan serta diolah oleh pihak lain. Atas dasar itu, peneliti menelusuri sejumlah referensi yang berkaitan dengan pembahasan, meliputi buku, artikel ilmiah, jurnal, skripsi, dan dokumen relevan lainnya. Penggunaan sumber-sumber tersebut membantu peneliti dalam membangun kerangka teori, memberikan pijakan dalam menafsirkan temuan, serta melengkapi informasi yang diperoleh dari data utama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.5. Informan dan Unit Analisis

Unit analisis penelitian adalah tuturan humor dalam satu video ceramah Ustaz Nurfadhilah berjudul "*Ustaz Tile Super Kocak. Do'a Istri Tukang Ojek yg di Kobul? Keberkahan Tahun Baru Islam*", sedangkan wawancara dengan Ustaz Tile dan tim media digunakan sebagai data pendukung untuk menganalisis praktik diskursif dan sosiokultural. Keterlibatan tim media tersebut dipandang penting karena mereka memiliki peran dalam membentuk praktik diskursif, mulai dari proses pengambilan gambar, penyuntingan video, penentuan potongan konten, penulisan judul dan thumbnail, hingga strategi publikasi ceramah kepada audiens YouTube.

Sumber data ditentukan berdasarkan pertimbangan yang berkaitan langsung dengan fokus kajian. Proses pemilihannya menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penetapan sumber secara selektif dengan memperhatikan kriteria tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengumpulan informasi melalui observasi dilakukan dengan menjadikan objek penelitian sebagai sumber pengamatan utama. Peneliti mengamati objek yang telah ditentukan secara langsung untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji. Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa observasi merupakan proses yang kompleks karena melibatkan kemampuan pengamatan dan daya ingat peneliti.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap video ceramah Ustaz Nurfadhilah (Ustaz Tile) yang diunggah di YouTube. Peneliti menggunakan teknik observasi nonpartisipan, sehingga tidak turut serta dalam proses produksi konten, melainkan hanya mencermati materi dakwah yang ditampilkan secara sistematis. Pengamatan difokuskan pada gaya penyampaian Ustaz Tile, jenis humor yang digunakan, pilihan diksi, intonasi, serta pola interaksi yang tercipta melalui bentuk candaan dan penyampaian pesan keagamaan.

b. Wawancara

Wawancara dipilih sebagai salah satu cara memperoleh data karena memungkinkan peneliti menggali keterangan langsung dari pihak yang memiliki keterkaitan dengan objek kajian. Informasi yang diperoleh melalui proses ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Sugiyono (2007:137) menyebutkan bahwa wawancara dapat dimanfaatkan ketika suatu penelitian membutuhkan informasi yang lebih mendalam, yang diperoleh melalui interaksi langsung antara peneliti dengan informan.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan Ustaz Tile dan tim media yang terlibat dalam proses produksi dan pengelolaan konten dakwah. Wawancara dengan Ustaz Tile diarahkan untuk menggali pandangan mengenai penggunaan humor dalam penyampaian dakwah, pertimbangan dalam memilih dan menggunakan humor, serta batasan humor yang diterapkan dalam kegiatan dakwah. Sementara itu, wawancara dengan tim

media dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, penyuntingan, pengemasan, publikasi, dan distribusi video ceramah melalui YouTube maupun media sosial pendukung.

Melalui wawancara tersebut, peneliti berupaya memahami bagaimana praktik diskursif dalam dakwah Ustaz Tile dibentuk melalui proses penyampaian pesan oleh pendakwah serta pengelolaan konten oleh tim media. Informasi dari kedua pihak tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana humor dipertahankan sebagai bagian dari karakter dakwah Ustaz Tile, sekaligus bagaimana pesan dakwah dikemas dan didistribusikan agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas di tengah perkembangan media digital.

c. Dokumentasi

Menurut Bungin (2007), metode ini merupakan cara mengumpulkan data melalui berbagai sumber tertulis atau arsip yang sudah tersedia sebelumnya, dengan tujuan menelusuri jejak informasi dalam penelitian sosial. Menurut Sugiyono (2005), dokumentasi digunakan sebagai teknik pelengkap dalam penelitian kualitatif untuk mendukung data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

Metode dokumentasi dimanfaatkan untuk menghimpun berbagai materi yang berkaitan dengan ceramah Ustaz Tile, seperti transkrip ceramah, tangkapan layar (*screenshot*), metadata video. Data tersebut digunakan sebagai bahan pendukung untuk memahami pola humor, gaya penyampaian dakwah, serta konteks penyajian konten dakwah digital.

1.6.7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pengujian kredibilitas data dalam penelitian ini dilakukan melalui triangulasi teknik. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbandingan tersebut dilakukan untuk menemukan kesesuaian maupun perbedaan informasi dari berbagai teknik pengumpulan data sehingga data yang diperoleh memiliki dasar yang lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan (Haryoko et al., 2020:414–415).

Triangulasi teknik digunakan untuk memastikan keabsahan data terkait penggunaan humor dalam dakwah Ustaz Tile pada ceramah yang ditampilkan melalui YouTube. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Ustaz Tile dan tim media untuk memperoleh informasi mengenai tujuan penggunaan humor, gaya penyampaian, serta proses pengelolaan dan pengemasan konten dakwah. Observasi dilakukan terhadap video ceramah Ustaz Tile untuk mengidentifikasi bentuk humor, pesan dakwah, serta cara humor digunakan dalam penyampaian materi. Sementara itu, dokumentasi berupa transkrip ceramah, tangkapan layar, dan metadata video digunakan sebagai data pendukung dalam menelaah pola penggunaan humor dan konteks penyampaian pesan dakwah.

Melalui triangulasi teknik, peneliti membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk melihat

kesesuaian maupun perbedaan informasi. Dengan demikian, data penelitian mengenai bagaimana humor dikonstruksikan dan digunakan dalam dakwah digital Ustaz Tile dapat diperoleh secara lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

1.6.8. Teknik Analisis Data

Penyajian data memiliki peran krusial untuk menata hasil reduksi data secara terorganisir, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami pola, hubungan, dan makna fenomena yang dikaji. Bentuk penyajian dapat berupa narasi untuk menggambarkan hasil pengamatan, wawancara, maupun dokumentasi secara jelas. Dengan penyajian yang sistematis, peneliti mampu menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga mempermudah proses interpretasi, penarikan kesimpulan, serta analisis lanjutan terhadap data (Basrowi & Supandi, 2008:209).

Proses pengolahan data berpedoman pada kerangka AWK Fairclough. Data ditelaah melalui tiga ranah, yakni teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Ketiga ranah tersebut digunakan untuk melihat wacana dari berbagai sisi, mulai dari cara bahasa digunakan, mekanisme pembentukan serta penyebaran wacana, sampai hubungan wacana dengan kondisi sosial yang turut membentuk maknanya.

a. Analisis Teks

Pada aspek ini, teks dipahami sebagai wacana yang dibangun melalui penggunaan bahasa. Fairclough memandang teks bukan sekadar rangkaian kata atau kalimat, tetapi sebagai bentuk representasi yang

mengandung makna tertentu. Oleh karena itu, analisis teks dilakukan untuk memahami bagaimana suatu peristiwa, objek, maupun realitas direpresentasikan melalui wacana. Dalam penelitian ini, analisis teks dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu mentranskripsikan video ceramah, mengidentifikasi tuturan yang mengandung humor, kemudian mengklasifikasikan dan menganalisis data berdasarkan aspek representasi, relasi, dan identitas.

Pada aspek teks terdapat tiga unsur, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Kajian representasi diarahkan pada cara realitas, peristiwa, atau tokoh tertentu ditampilkan melalui bahasa. Aspek relasi melihat pola hubungan yang terbentuk antara pihak yang menyampaikan wacana dengan khalayaknya. Adapun identitas berkaitan dengan cara wacana menampilkan karakter, kedudukan, dan citra pihak-pihak yang hadir di dalamnya (Eriyanto, 2006).

Analisis pada dimensi teks juga mencakup berbagai aspek kebahasaan, seperti penggunaan diksi, *grammar*, penggunaan metafora, gaya bahasa, repetisi, serta pola penyusunan narasi. Melalui pengkajian terhadap unsur-unsur tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana bahasa dimanfaatkan untuk mengonstruksi makna, membangun pesan, dan memengaruhi cara audiens memahami suatu wacana.

b. Praktik Diskursif

Praktik diskursif memperhatikan rangkaian proses yang menyertai keberadaan sebuah teks, baik pada saat teks tersebut dibentuk maupun

ketika teks berhadapan dengan khalayak. Pembahasan pada bagian ini mencakup pihak yang terlibat dalam pembentukan wacana, cara pesan disebarluaskan, serta proses penerimaan dan pemaknaannya oleh audiens. Dalam pandangan Fairclough, aspek-aspek tersebut penting karena sebuah teks selalu berada dalam proses komunikasi dan tidak terlepas dari hubungan antara pihak yang menghasilkan wacana dan pihak yang menerimanya.

Keberadaan sebuah wacana tidak terlepas dari rangkaian aktivitas yang terjadi sejak pesan dirancang hingga diterima oleh khalayak. Pada tahap ini, peneliti melihat bagaimana pihak pembuat konten menentukan bentuk pesan dan media yang digunakan, kemudian menelusuri cara konten tersebut menjangkau audiens. Perhatian selanjutnya diarahkan pada respons pemaknaan yang muncul ketika khalayak berhadapan dengan wacana tersebut. Rangkaian proses tersebut menunjukkan bahwa makna wacana terbentuk melalui hubungan antara pembuat, media, dan penerima pesan sebagaimana dijelaskan dalam praktik diskursif Fairclough.

Praktik diskursif juga melibatkan kondisi institusional dan rutinitas komunikasi yang memengaruhi terbentuknya suatu wacana. Dalam konteks media, proses tersebut dapat mencakup pemilihan tema, pola penyampaian pesan, penggunaan gaya komunikasi tertentu, hingga bentuk interaksi yang terjadi antara komunikator dan khalayak (Eriyanto, 2006).

c. Praktik Sosial

Kajian praktik sosial menempatkan wacana sebagai bagian dari kehidupan masyarakat yang terus berhubungan dengan berbagai kondisi di sekitarnya. Perhatian analisis tidak hanya tertuju pada bentuk bahasa atau cara sebuah teks dihasilkan, tetapi juga pada situasi sosial dan budaya yang turut memberi arah terhadap kemunculan wacana. Melalui dimensi ini, peneliti dapat melihat bagaimana perubahan lingkungan sosial, nilai budaya, serta kondisi masyarakat ikut memengaruhi pembentukan dan pemaknaan suatu wacana.

Pembahasan pada bagian ini diarahkan untuk mengidentifikasi berbagai faktor sosial dan budaya yang turut membentuk suatu wacana, termasuk nilai yang berkembang, ideologi, serta kondisi masyarakat yang melingkupinya. Fairclough menjelaskan bahwa praktik sosial berada di luar teks, namun memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana teks diproduksi dan dipahami oleh khalayak. (Eriyanto, 2006).

Fairclough mengelompokkan praktik sosiokultural menjadi tiga tingkat, yaitu situasional, institusional, dan sosial. Analisis situasional berfokus pada pengaruh kondisi atau peristiwa tertentu terhadap kemunculan suatu wacana. Analisis institusional menelaah peran lembaga atau institusi dalam membentuk dan memproduksi wacana. Sementara itu, level sosial menelaah bagaimana kondisi masyarakat yang lebih luas, termasuk budaya, ideologi, sistem sosial, dan hubungan kekuasaan, turut membentuk suatu wacana serta memengaruhi cara wacana tersebut dimaknai.